



การพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

THE DEVELOPMENT OF A PODCAST ON BASIC TAX KNOWLEDGE FOR THAI PEOPLE



พริษา แสงเรืองรอบ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2568

การพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน



ปริญญาโทนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2568
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE DEVELOPMENT OF A PODCAST ON BASIC TAX KNOWLEDGE FOR THAI PEOPLE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF EDUCATION
(Educational Technology)

Faculty of Education, Srinakharinwirot University

2025

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
การพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
ของ
พริยา แสงเรืองรอบ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

.....
คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.นฤมล ศิระวงษ์) (รองศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ บำรุงชีพ)

..... ที่ปรึกษาร่วม กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพาดา ไตรรัตน์) (รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ)

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
ผู้วิจัย	พริยา แสงเรืองรอบ
ปริญญา	การศึกษามหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2568
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. นฤมล ศิริวงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิพาดา ไตรรัตน์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และ (2) ศึกษาผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้แก่ ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีในประเทศไทย และใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ที่พบเห็นการเผยแพร่พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยกำหนดระยะเวลาในการเผยแพร่ 1 เดือน จำนวน 132 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย (1) พอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และเอกสารประกอบการฟัง (2) แบบประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน (3) แบบประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน (4) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน พบว่า คุณภาพของ พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.89 S.D.= 0.32) โดยด้านเนื้อหา(ค่าเฉลี่ย = 4.87 S.D.= 0.35) ด้านรูปแบบการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย = 4.87 S.D.= 0.35) ด้านความน่าสนใจ การมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย = 4.89 S.D.= 0.33) และด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้ (ค่าเฉลี่ย = 5.00 S.D.= 0.00) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด และ(2) ความรู้ความเข้าใจหลังได้รับฟังพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษี, พอดแคสต์การศึกษา, ผลการเรียนรู้จากพอดแคสต์

Title	THE DEVELOPMENT OF A PODCAST ON BASIC TAX KNOWLEDGE FOR THAI PEOPLE
Author	PIRAYA SANGRUANGROB
Degree	MASTER OF EDUCATION
Academic Year	2025
Thesis Advisor	Dr. Naruemon Sirawong
Co Advisor	Assistant Professor Dr. Nipada Trairut

The objectives of this research were (1) to develop a podcast titled “Basic Tax Knowledge for the Public” and (2) to examine the effects of using the podcast “Basic Tax Knowledge for the Public.” The sample was obtained through accidental sampling and consisted of 132 taxpayers in Thailand who use social media and encountered the podcast during its one-month dissemination period. The research instruments included: (1) the podcast “Basic Tax Knowledge for the Public” and accompanying listening materials, (2) a podcast quality evaluation form, (3) a content-validity assessment form for the podcast, and (4) a basic tax knowledge test for the public. The statistics employed for data analysis were mean, standard deviation, and comparison with a predetermined criterion. The research findings revealed that: (1) the developed podcast was rated at the highest level of quality overall (Mean = 4.89, S.D. = 0.32). In particular, content (Mean = 4.87, S.D. = 0.35), presentation format (Mean = 4.87, S.D. = 0.35), interest and engagement (Mean = 4.89, S.D. = 0.33), and suitability for application (Mean = 5.00, S.D. = 0.00) were all evaluated at the highest level; and (2) participants’ knowledge and understanding after listening to the podcast were significantly higher than the predetermined criterion at the .05 level.

Keyword : Basic tax knowledge, educational podcast, podcast learning outcomes

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาและการสนับสนุนอย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร.นฤมล ศิริวงษ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพาดา ไตรรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ผู้ซึ่งเมตตาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ตลอดจนความช่วยเหลืออันมีคุณค่า พร้อมทั้งช่วยตรวจแก้และชี้แนะในส่วนที่ควรปรับปรุง อันนำไปสู่ความสมบูรณ์ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วยความซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ บำรุงชีพ และรองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ ที่ได้กรุณาให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชา ถ่ายทอดองค์ความรู้ และให้การส่งเสริมสนับสนุนมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้ ความสามารถ และสามารถจัดทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จตามความมุ่งหวัง

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความอนุเคราะห์แก่ผู้วิจัย ในการตรวจสอบ แนะนำ และพัฒนาเครื่องมือวิจัยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามและแบบทดสอบทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอันมีคุณค่า ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านในสาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ที่ได้ร่วมแรงร่วมใจให้กำลังใจ และช่วยเหลือผู้วิจัยในทุก ๆ ด้านตลอดระยะเวลาการศึกษาและการทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณบุคคลผู้อยู่เบื้องหลังทุกท่านที่มีได้เอ่ยนาม แต่ได้มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อวงวิชาการ ผู้ที่กำลังศึกษาค้นคว้าในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่ประสงค์จะนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความเคารพเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาในโอกาสต่อไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ด
สารบัญ.....	ท
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
เนื้อหาที่ใช้ในวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
1. ทฤษฎีการสื่อสาร.....	12
1.1. ประเภทของการสื่อสาร.....	22
2. ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียง.....	28
2.1. หลักการผลิตสื่อเสียง.....	35
2.2. การเรียนรู้ด้วยการฟัง.....	43

3. ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย	51
4. หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่	58
5. ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer	65
6. พอดแคสต์	74
6.1. ประเภทของพอดแคสต์	75
6.2. รูปแบบการนำเสนอพอดแคสต์	82
6.3. ขั้นตอนการออกแบบ และวิธีการสร้างพอดแคสต์	82
6.4. ประโยชน์ของพอดแคสต์	87
6.5. ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์	88
6.6. ช่องทางการฟังพอดแคสต์	89
6.7. แอปพลิเคชันช่วยอัดเสียงทำพอดแคสต์	93
7. ภาษี	97
7.1. ความสำคัญของภาษี	97
7.2. ประเภทของภาษี	98
7.3. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	99
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	102
8.1. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ	102
8.2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ	104
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	109
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	109
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	109
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	109
แผนภาพในการดำเนินการวิจัย	110

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	111
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	111
การเก็บรวบรวมข้อมูล	117
แบบแผนการทดลอง.....	118
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	118
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	119
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	120
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	120
ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน	120
ตอนที่ 2 ผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน.....	126
บทที่ 5 สรุปอภิปราย และข้อเสนอแนะ	127
สรุปผลการวิจัย	127
อภิปรายผลการวิจัย.....	127
ข้อเสนอแนะ	130
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	131
บรรณานุกรม.....	132
ภาคผนวก.....	140
ภาคผนวก ก.....	141
ภาคผนวก ข.....	167
ภาคผนวก ค	184
ประวัติผู้เขียน.....	186

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ตารางสรุปประเภทพอดแคสต์	81
ตาราง 2 แสดงผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ	120
ตาราง 3 แสดงผลการประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับ ประชาชน	122
ตาราง 4 แสดงผลการทดสอบ แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน	126
ตาราง 5 แสดงผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ	168
ตาราง 6 แสดงผลการประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์ เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม	170
ตาราง 7 แสดงผลการประเมินคุณภาพพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน	173
ตาราง 8 แสดงผลการประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) เชิงเนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้ เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ระหว่างพอดแคสต์ กับแบบทดสอบ	177

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 แผนภาพในการดำเนินการวิจัย.....	110
ภาพประกอบ 2 หน้าปกพอดแคสต์.....	124
ภาพประกอบ 3 ภาพประกอบในการฟังพอดแคสต์.....	124
ภาพประกอบ 4 เอกสารประกอบการฟังพอดแคสต์ หากต้องการอ่านเพิ่มเติม 1.....	125
ภาพประกอบ 5 เอกสารประกอบการฟังพอดแคสต์ หากต้องการอ่านเพิ่มเติม 2.....	125
ภาพประกอบ 6 คิวอาร์โค้ด สำหรับสแกนฟังพอดแคสต์.....	126
ภาพประกอบ 7 หน้าปกพอดแคสต์.....	152
ภาพประกอบ 8 สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับสิทธิลดหย่อนภาษีพื้นฐาน.....	152
ภาพประกอบ 9 สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับอัตราภาษีเงินได้ของไทย.....	153
ภาพประกอบ 10 สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์... 153	153
ภาพประกอบ 11 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ รายได้ที่ต้องเสียภาษี (รายได้พึงประเมิน).....	154
ภาพประกอบ 12 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (2561 - ปัจจุบัน).....	154
ภาพประกอบ 13 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ สิทธิลดหย่อนจากการวางแผนการเงิน.....	155
ภาพประกอบ 14 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับการบริจาคเพื่อการกุศล.....	155
ภาพประกอบ 15 ส่วนหัวแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจก่อนการแก้ไข.....	172
ภาพประกอบ 16 ส่วนหัวแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจหลังการแก้ไข.....	172
ภาพประกอบ 17 สื่อประกอบพอดแคสต์ก่อนการปรับแก้ 1.....	175

ภาพประกอบ 18 สื่อประกอบพอดแคสต์หลังการปรับแก้ 1 175

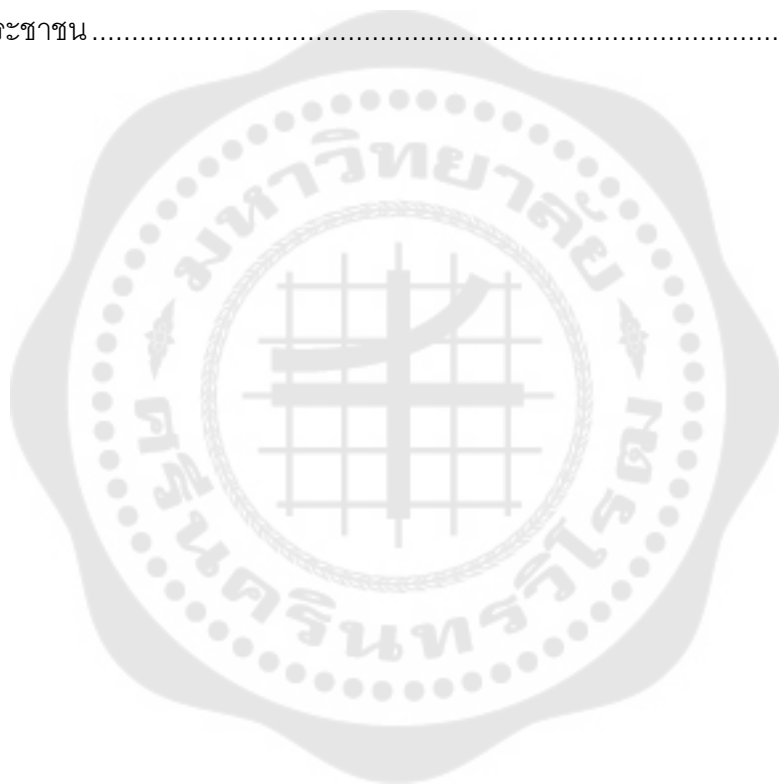
ภาพประกอบ 19 สื่อประกอบพอดแคสต์ก่อนการปรับแก้ 2 176

ภาพประกอบ 20 สื่อประกอบพอดแคสต์หลังการปรับแก้ 2 176

ภาพประกอบ 21 ส่วนหัวและส่วนที่ 1 ของแบบทดสอบก่อนการปรับแก้ 182

ภาพประกอบ 22 ส่วนหัวและส่วนที่ 1 ของแบบทดสอบหลังการแก้ไข 182

ภาพประกอบ 23 แสดงการคำนวณค่า t-test ของแบบทดสอบความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับภาษา
สำหรับประชาชน 183



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบัน สื่อดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในแทบทุกมิติ โดยเฉพาะสื่อเสียงในรูปแบบพอดแคสต์ ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้ฟังสามารถเลือกช่วงเวลาและสถานที่ในการรับฟังได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนทำงานและคนรุ่นใหม่ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเป็นตอนสั้น ๆ ช่วยให้ผู้ฟังสามารถรับสารที่ละเอียดและจดจำข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น (Jobsdb, 2568) รายงาน Digital 2024 โดย We Are Social ระบุว่า คนไทยใช้เวลาฟังพอดแคสต์เฉลี่ยวันละ 1 ชั่วโมง 1 นาที จัดอยู่ในอันดับที่ 7 ของโลก อย่างไรก็ตามสัดส่วนผู้ฟังพอดแคสต์เป็นประจำรายสัปดาห์ยังอยู่ที่เพียงร้อยละ 22.0 ซึ่งต่ำกว่าหลายประเทศในภูมิภาค สะท้อนให้เห็นว่าพอดแคสต์ในประเทศไทยยังมีศักยภาพในการเติบโตและพัฒนาอีกมาก (Dataxet, 2567)

จากแนวโน้มดังกล่าว อุตสาหกรรมพอดแคสต์ไทยมีทิศทางการเติบโตที่สดใส โดยเฉพาะหากสามารถพัฒนาคอนเทนต์ให้มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และเชื่อมโยงเนื้อหากับบริบทชีวิตจริงของผู้ฟังได้มากขึ้น จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้ฟังและสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน (Beamly, 2025) นอกจากนี้ พอดแคสต์ยังได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่ม Gen Y หรือบุคคลที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2523-2540 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย มีรายได้ค่อนข้างมั่นคง และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เนื้อหาที่ได้รับความนิยมได้แก่ ข่าวเชิงวิเคราะห์ ธุรกิจ สุขภาพ และการพัฒนาตนเอง ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของพอดแคสต์ในฐานะเครื่องมือสำคัญของการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Tonkit, 2564)

ในบริบทของการศึกษา พอดแคสต์เพื่อการศึกษาถูกมองว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เข้าถึงง่าย และครอบคลุมองค์ความรู้หลากหลายสาขา เปรียบเสมือน “ห้องเรียนแบบพกพา” ที่ช่วยให้ผู้ฟังสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา เพื่อการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและยืดหยุ่น โดยมีพอดแคสต์ในกลุ่มวิทยาศาสตร์และธรรมชาติ กลุ่มสังคม ประวัติศาสตร์ และพฤติกรรมมนุษย์ กลุ่มภาษาและปรัชญา ตลอดจนกลุ่มข่าวสาร การออกแบบ และบุคคลสำคัญ ซึ่งช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้กับบริบทโลกปัจจุบัน พอดแคสต์เหล่านี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มพูนความรู้เท่านั้น แต่ยังสร้างแรงบันดาลใจ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้เรียนคุ้นเคย (Nola Jones, 2024) นอกจากนี้ พอดแคสต์เพื่อการศึกษาเป็นสื่อเสียงออนไลน์ที่มีความยืดหยุ่นและเข้าถึงง่าย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความรู้ เสริมสร้างทักษะ และ

พัฒนาการเรียนรู้อย่างลึกซึ้งและยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาความสามารถในการสะท้อนคิดของผู้เรียน โดยสามารถนำมาใช้ได้ทั้งในรูปแบบที่ผู้สอนจัดทำขึ้นเพื่อเสริมหรือทดแทนการบรรยาย และในรูปแบบที่เปิดโอกาสให้นักเรียนหรือนักศึกษาเป็นผู้สร้างสรรค์สื่อเอง ซึ่งช่วยเสริมสร้างทักษะการคิดขั้นสูง การสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน การใช้พอดแคสต์อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ที่ชัดเจน ใสใจคุณภาพเสียง ความยาวที่เหมาะสม และน้ำเสียงที่เป็นกันเอง ขณะเดียวกันผู้สอนต้องเชื่อมโยงพอดแคสต์เข้ากับหลักสูตรอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้และออกแบบสื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบทผู้เรียน แม้การผลิตจะใช้เวลาและทรัพยากร แต่พอดแคสต์ก็เปรียบเสมือน “หนังสือเสียงที่มีชีวิต” ที่ช่วยเปลี่ยนการเรียนรู้ให้เป็นการสนทนาที่เข้าถึงง่าย เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา และยังคงคุณค่าทางวิชาการไว้อย่างครบถ้วน (Anouk den Hamer, 2025)

ขณะเดียวกัน พอดแคสต์ยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เรียนผ่านพลังของเสียง การเล่าเรื่อง และการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีความยืดหยุ่น โดยเสียงและจังหวะการเล่าเรื่องช่วยย่อยเนื้อหาที่มีความซับซ้อนให้น่าสนใจและเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น รูปแบบการเรียนรู้เชิงอินเทอร์แอคทีฟและการเกิดชุมชนของผู้ฟังยังส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ การคิดวิเคราะห์ และการเรียนรู้ทางสังคม แนวคิดห้องเรียนแบบพลิกกลับ (Flipped Classroom) ที่ใช้พอดแคสต์เป็นสื่อในการเตรียมความรู้ล่วงหน้า ช่วยใช้เวลาในชั้นเรียนถูกนำไปใช้เพื่อการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการลงมือปฏิบัติอย่างมีคุณค่า อีกทั้งการเปิดโอกาสให้นักเรียนมีบทบาทเป็นผู้ผลิตพอดแคสต์ยังช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสาร การคิดเชิงวิเคราะห์ และการทำงานเป็นทีม ส่งผลให้บทบาทของครูเปลี่ยนจากผู้ถ่ายทอดความรู้มาเป็นผู้ออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้และผู้สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ ทำให้พอดแคสต์กลายเป็น “บทสนทนาทางการศึกษา” ที่ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยความหมาย (Rafael Malagon Rodriguez, 2025)

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการฟังพอดแคสต์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญที่สุดคือความบันเทิง เนื่องจากผู้ฟังต้องการความสนุก เพลิดเพลิน และความผ่อนคลายเป็นหลัก ทำให้รูปแบบการนำเสนอควรเป็นกันเองและไม่เคร่งเครียดเกินไป แม้วัตถุประสงค์หลักของผู้ฟังจำนวนมากจะเป็นการแสวงหาความรู้ เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะ แต่ความรู้นั้นจำเป็นต้องถูกถ่ายทอดในรูปแบบที่เข้าถึงง่ายและน่าสนใจ ขณะเดียวกัน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ผลิตก็มีผลต่อจำนวนการเข้าฟัง โดยผู้จัดรายการในลักษณะองค์กรมีอัตราการเล่นและการดาวน์โหลดสูงกว่า เนื่องจากมีระบบการผลิตและการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ส่วนความพึงพอใจในระยะยาวขึ้นอยู่กับคุณภาพเสียง ความสม่ำเสมอ ความตรงต่อเวลา และ

ความถูกต้องของเนื้อหา มากกว่าปัจจัยด้านต้นทุนหรือโฆษณา ดังนั้น พอดแคสต์ที่ประสบความสำเร็จจึงควรผสมผสานความบันเทิงเป็นตัวนำควบคู่กับสาระที่มีคุณค่า เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้ และสร้างการเรียนรู้ที่ยั่งยืน (วิทย์ บุญ, 2565)

ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยยังคงเผชิญปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการจัดเก็บภาษี ซึ่งส่งผลให้การยื่นภาษีของประชาชนไม่ครอบคลุมและขาดความเป็นธรรม แม้ว่าการยื่นภาษีจะเป็นหน้าที่พื้นฐานของพลเมืองและเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงประชาชนกับการจัดสรรงบประมาณสาธารณะ แต่ในทางปฏิบัติ ระบบภาษีของไทยยังคงพึ่งพาภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นแหล่งรายได้หลัก สะท้อนถึงโครงสร้างภาษีที่เอนเอียงไปทางภาษีทางอ้อมมากกว่าภาษีทางตรง ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพ ความเป็นธรรม และการมีส่วนร่วมของประชาชน (ฐานเศรษฐกิจ, 2567)

จากข้อมูลปีงบประมาณ 2567 พบว่า รัฐบาลจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มได้ 947,320 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.4 ของรายได้ภาษีทั้งหมด รองลงมาคือภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงเผชิญปัญหาฐานภาษีที่แคบ มีผู้เสียภาษีจริงเพียงส่วนน้อยของประชากร ส่งผลให้รัฐต้องพึ่งพาภาษีทางอ้อมและเกิดภาวะงบประมาณขาดดุลอย่างต่อเนื่อง (ลงทุนแมน, 2567) ปัญหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับระดับความรู้และความเข้าใจด้านภาษีของประชาชน โดยประชาชนจำนวนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายภาษี ขั้นตอนการยื่นแบบ และสิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับ แม้ภาครัฐจะพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวก แต่หากขาดความเข้าใจ ระบบดังกล่าวย่อมไม่สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เสียภาษีได้อย่างแท้จริง (กรมสรรพากร, 2567)

นอกจากนี้ โครงสร้างภาษีที่ไม่สมดุลยังเอื้อให้ผู้มีรายได้สูงบางส่วนเลือกจดทะเบียนบริษัทเพื่อเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ขณะที่บุคคลธรรมดาที่มีสิทธิลดหย่อนเพียง 60,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ภาระภาษีตกกับผู้ที่มีรายได้ทั่วไปมากกว่าที่ควรจะเป็น (ผศ.ดร.สันติ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์) อีกทั้งแรงงานจำนวนมากยังอยู่ในภาคนอกระบบ หรือมีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์เสียภาษี ทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ระบบจัดเก็บภาษีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านทัศนคติและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการใช้งบประมาณของรัฐก็เป็นอุปสรรคสำคัญ โดยประชาชนจำนวนมากไม่แน่ใจว่ารายได้จากการจ่ายภาษีไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทนในรูปแบบบริการสาธารณะที่คุ้มค่า จึงลดแรงจูงใจในการยื่นแบบและชำระภาษี (ไทยรัฐออนไลน์, 2567)

ปัญหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับระดับความรู้และความเข้าใจด้านภาษีของประชาชน งานวิจัยและผลสำรวจหลายฉบับชี้ให้เห็นว่าคนไทยจำนวนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับ

กฎหมายภาษี ขั้นตอนการยื่นแบบ และสิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับ ส่งผลให้เกิดสัดส่วนผู้ไม่ยื่นภาษีค่อนข้างสูง (ธีรวัฒน์ หวังจิตธิกรกุล, 2567) แม้ภาครัฐจะพัฒนาระบบการยื่นภาษีในรูปแบบดิจิทัล เช่น e-Filing, e-Payment และ e-Tax Invoice เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชน แต่หากขาดความเข้าใจและความมั่นใจในการใช้งาน ระบบดังกล่าวย่อมไม่สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เสียภาษีได้อย่างเต็มที่ (กรมสรรพากร, 2567)

จากบริบทดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการ พัฒนาสื่อการเรียนรู้ด้านภาษีที่เข้าถึงง่าย เหมาะสมกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของประชาชนในยุคดิจิทัล และสามารถอธิบายเนื้อหาที่ซับซ้อนให้เข้าใจได้อย่างเป็นรูปธรรม พอดแคสต์ในฐานะสื่อเสียงดิจิทัลที่มีความยืดหยุ่น เหมาะกับกลุ่มวัยทำงานซึ่งเป็นฐานผู้เสียภาษีที่สำคัญของประเทศ จึงเป็นสื่อที่มีศักยภาพสูงในการถ่ายทอดความรู้ด้านภาษี ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน เพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ที่ช่วยส่งเสริมความรู้ เสริมสร้างทักษะ และสร้างทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการยื่นภาษี ตลอดจนเพื่อศึกษาผลการใช้พอดแคสต์ดังกล่าวในด้านการเรียนรู้ของประชาชน ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มความเข้าใจ ขยายฐานผู้เสียภาษี และสนับสนุนเสถียรภาพทางการคลังของประเทศในระยะยาว

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชนมีวัตถุประสงค์ย่อย 2 ด้าน ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
2. เพื่อศึกษาผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

ความสำคัญของการวิจัย

การพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน หลังจากการดำเนินการวิจัยเสร็จแล้ว จะทำให้ได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ได้รับพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
2. ประชาชนที่ใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน จะช่วยให้ประชาชนได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
3. ประชาชนต่อผู้เรียน และผู้สอน ผู้สอนสามารถใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ในการช่วยเสริมการเรียนการสอน หรือช่วยในการเป็นสื่อเสริมในการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

4. ประโยชน์ต่อการต่อยอดงานวิจัย ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน จะช่วยให้ผู้เรียนได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในการให้ความรู้ในหัวข้ออื่น ๆ รวมไปถึงวิชาอื่น ๆ ที่ถ้าหากได้ฟังแล้วจะสามารถทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในการเรียนมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ได้แก่ ประชาชนชาวไทยผู้มีหน้าที่เสียภาษี และสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มพอดแคสต์ออนไลน์ โดยประชากรดังกล่าวเป็นประชากรขนาดใหญ่และไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ จึงจัดเป็นประชากรไม่จำกัด ผู้วิจัยจึงใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) แทนการกำหนดขนาดประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) มีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่

1. ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีในประเทศไทย และใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ที่พบเห็นการเผยแพร่แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ โดยกำหนดระยะเวลาในการเผยแพร่ 1 เดือน ผ่าน Google Form ได้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 124 คน
2. ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีในประเทศไทย และใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ที่พบเห็นการเผยแพร่พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยกำหนดระยะเวลาในการเผยแพร่ 1 เดือน ช่องทาง YouTube ได้ผู้เข้าทำแบบทดสอบจำนวน 132 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น คือ พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
2. ตัวแปรตาม คือ ผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

เนื้อหาที่ใช้ในวิจัย

เนื้อหาที่ใช้ในการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน รวมไปถึงแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน มีเนื้อหาดังนี้

1. ความสำคัญของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีมีความเชื่อมโยงกับการจัดการทางการเงิน การออม การลงทุน และการวางแผนด้านการเงินในระยะยาว
2. รายได้พึงประเมิน ได้แก่ รายได้จากเงินเดือน การรับจ้างอิสระ รายได้จากการให้เช่า ดอกเบี้ย เงินปันผลหรือกำไรจากการลงทุน และกำไรจากการจำหน่ายทรัพย์สิน ซึ่งเมื่อมีจำนวนเกินเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด จำเป็นต้องนำมาคำนวณภาษีตามระเบียบ
3. รายได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี เช่น ดอกเบี้ยไม่เกิน 20,000 บาท เงินปันผลบางประเภท มรดก และเงินเยียวยาจากรัฐ
4. อัตราภาษีก้าวหน้า โดยคำนวณภาษีเป็นขั้นตามช่วงของรายได้สุทธิ ตั้งแต่ร้อยละศูนย์ถึงร้อยละสามสิบห้า มีได้คำนวณในอัตราเดียวตลอดทั้งจำนวนรายได้
5. สิทธิลดหย่อนพื้นฐาน ประกอบด้วยค่าลดหย่อนพื้นฐาน ได้แก่ ค่าลดหย่อนส่วนบุคคล ค่าลดหย่อนคู่สมรส ค่าลดหย่อนบิดามารดา ค่าลดหย่อนบุตร รวมถึงเงินสมทบประกันสังคม
6. สิทธิลดหย่อนจากการวางแผนการเงิน เช่น เบี้ยประกันชีวิต การลงทุนในกองทุนเพื่อการออมระยะยาวประเภท SSF และ RMF รวมถึงเงินสะสมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
7. การลดหย่อนจากการบริจาค การบริจาคให้แก่องค์กรที่ได้รับการรับรองสามารถหักลดหย่อนได้ไม่เกินร้อยละสิบของรายได้สุทธิ และในบางกรณีสามารถหักลดหย่อนได้เป็นจำนวนสองเท่าของยอดบริจาคจริง
8. ภาษีจากการขายทรัพย์สิน การจำหน่ายบ้าน คอนโดมิเนียม หรือที่ดินถือเป็นรายได้ตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบ ภ.ง.ด. 90
9. ภาษีจากการขายของออนไลน์ หากมีรายได้จากการขายสินค้าออนไลน์เกิน 300,000 บาทต่อปี หรือมีจำนวนรายการรับโอนเงินเกิน 400 ครั้งต่อปี ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีตามที่กฎหมายกำหนด
10. ภาษีจากการลงทุน รายได้จากการลงทุน เช่น หุ้น ดอกเบี้ย และเงินปันผล แม้จะมีการหักภาษี ณ ที่จ่ายในบางส่วน แต่ในบางกรณียังคงต้องนำมารวมยื่นแสดงรายการภาษีเพิ่มเติมตามที่กฎหมายกำหนด
11. ช่วงเวลาการยื่นแบบแสดงรายการภาษีประจำปีอยู่ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 มีนาคม และหากยื่นผ่านระบบออนไลน์สามารถขยายเวลายื่นได้ถึงวันที่ 8 เมษายน

12. ความแตกต่างของแบบ ภ.ง.ด. 90 และ 91 โดยแบบ ภ.ง.ด. 91 ใช้สำหรับผู้มีรายได้น้อยเฉพาะจากเงินเดือนหรือค่าจ้างเพียงประเภทเดียว ส่วนแบบ ภ.ง.ด. 90 ใช้สำหรับผู้มีรายได้อื่นหลายประเภท

13. เอกสารที่ต้องเตรียมก่อนยื่น – 50 ทวิ เอกสารรายได้ยื่น เอกสารลดหย่อน และเลขบัญชีขอคืนภาษี.

14. ขั้นตอนการยื่นแบบ ภ.ง.ด. 91 ออนไลน์ เข้าสู่ระบบ เลือกแบบแสดงรายการกรอกข้อมูลรายได้และค่าลดหย่อน และดำเนินการยื่นยื่นการยื่นแบบ

15. ขั้นตอนการยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90 ออนไลน์ เลือกประเภทรายได้ที่มี ระบุค่าใช้จ่ายใส่ข้อมูลค่าลดหย่อน และให้ระบบดำเนินการคำนวณภาษีสุทธิ

16. ช่องทางการชำระภาษีและการขอคืนภาษีสามารถดำเนินการผ่านธนาคาร ระบบชำระเงินพร้อมเพย์ และตรวจสอบสถานะการคืนภาษีได้ผ่านระบบออนไลน์ของกรมสรรพากร

17. เทคนิคในการจัดจํารูปแบบการยื่นภาษี ได้แก่ แบบ ภ.ง.ด. 91 สำหรับผู้มีรายได้น้อยจากเงินเดือนเพียงประเภทเดียว และแบบ ภ.ง.ด. 90 สำหรับผู้มีรายได้อื่นหลายประเภท ทั้งนี้ควรเตรียมเอกสารประกอบให้ครบถ้วนก่อนการยื่นแบบ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พอดแคสต์ (Podcast) หมายถึง สื่อเสียงที่ผู้วิจัยผลิตขึ้นเพื่อถ่ายทอดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยออกแบบเนื้อหาตามหลักเทคโนโลยีการศึกษาและการสร้างสื่อเพื่อการเรียนรู้ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ประกอบด้วยภาพประกอบ มีความยาวประมาณ 10 นาที และเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม YouTube ทั้งนี้ผู้ฟังสามารถเลือกฟังซ้ำได้ตามความสะดวก เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการทบทวนด้วยตนเอง

2. ความรู้เกี่ยวกับภาษี (Tax Knowledge) หมายถึง ระดับความเข้าใจของผู้ฟังเกี่ยวกับหลักการภาษีพื้นฐาน เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ค่าใช้จ่ายหักลดหย่อน ขั้นบันไดภาษี และหลักเกณฑ์การยื่นภาษี ซึ่งผู้วิจัยวัดผ่าน แบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) ที่สร้างขึ้นตามจุดประสงค์การเรียนรู้ของพอดแคสต์

3. คุณภาพของพอดแคสต์ (Podcast Quality) หมายถึง ระดับความเหมาะสมของสื่อพอดแคสต์ที่พัฒนาขึ้น โดยผู้ทรงคุณวุฒิประเมินตามเกณฑ์ โดยแบบประเมินมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

4. ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) หมายถึง กลุ่มบุคคลทั่วไปที่สนใจความรู้เกี่ยวกับภาษาและสมัครใจฟังพอดแคสต์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงหรือสะกดวง (Accidental Sampling)

5. ผลการเรียนรู้จากพอดแคสต์ (Learning Outcomes) หมายถึง ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้ฟังหลังจากรับฟังพอดแคสต์เรื่องภาษา วัดจากคะแนนแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) เปรียบเทียบกับเกณฑ์ผ่านที่กำหนดไว้

6. แบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) หมายถึง เครื่องมือวัดความรู้เรื่องภาษา ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับเนื้อหาในพอดแคสต์ ประกอบด้วยข้อคำถามปรนัยจำนวน 20 ข้อ ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ



กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

ในการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

ความรู้ความเข้าใจหลังได้รับฟังพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัย และพัฒนา (Research and Development) เพื่อพอดแคสต์ เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสาร
 - 1.1. ประเภทของการสื่อสาร
2. ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียง
 - 2.1. หลักการผลิตสื่อเสียง
 - 2.2. การเรียนรู้ด้วยการฟัง
3. ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย
4. หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่
5. ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer
6. พอดแคสต์
 - 6.1. ประเภทของพอดแคสต์
 - 6.2. รูปแบบการนำเสนอพอดแคสต์
 - 6.3. ขั้นตอนการออกแบบ และวิธีการสร้างพอดแคสต์
 - 6.4. ประโยชน์ของพอดแคสต์
 - 6.5. ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์
 - 6.6. ช่องทางการฟังพอดแคสต์
 - 6.7. แอปพลิเคชันช่วยอัดเสียงทำพอดแคสต์
7. ภาษี
 - 7.1. ความสำคัญของภาษี
 - 7.2. ประเภทของภาษี
 - 7.3. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 8.1. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ
 - 8.2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสาร

มีผู้กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสาร ไว้ดังนี้

Panyar rk (2555) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสาร ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการสื่อสารนั้นเกี่ยวข้องกับกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างบุคคล โดยมีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินคำว่า "Communis" ซึ่งหมายถึง "การร่วม" (Common)

การสื่อสารหรือการสื่อความหมาย คือการกระทำร่วมกันในบางสิ่งบางอย่าง นั่นคือการถ่ายทอดหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิด ของคนเรา ซึ่งเป็นปฏิริยาสัมพันธ์ทางสังคมที่สื่อความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์

นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้ความหมายไว้หลายแง่มุม ดังนี้

- วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilber Schramm) ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือการมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

• ชาร์ล อี ออสกูด (Charl E. Osgood) กล่าวว่า การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) มีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง (ผู้รับสาร) โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมต่อกันสองฝ่าย

- วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Worren W. Weaver) ระบุว่า การสื่อสารมีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคน ๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนหนึ่ง ไม่ใช่แค่การพูดและการเขียนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงดนตรี ภาพ การแสดง และพฤติกรรมอื่น ๆ ของมนุษย์ด้วย

- เจอร์เกน รอย และเกรกอรี เบทสัน (Jurgen Ruesch and Gregory Bateson) สรุปว่า การสื่อสารหมายถึง พฤติกรรมทุกอย่าง ที่บุคคลหนึ่งกระทำ แล้วส่งผลให้บุคคลอื่นเกิดความเข้าใจ

โดยสรุปแล้ว การสื่อสารคือการที่มนุษย์ถ่ายทอดความรู้ ความคิด หรือประสบการณ์ของตนไปยังบุคคลอื่น และการรับความรู้ความคิดจากบุคคลอื่น มาปรับพฤติกรรมของตนเอง

กระบวนการของการสื่อสารที่ถ่ายทอดและรับความรู้ ความคิดมีอยู่ 3 ลักษณะ

1. การใช้รหัสสัญญาณโดยตรง เช่น การใช้สัญญาณเสียง ภาษาพูด สัญลักษณ์ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ตลอดจนรหัสนัยสัญญาณอื่น ๆ ที่กระทำโดยตรงระหว่างผู้ถ่ายทอดกับผู้รับ

2. การใช้เครื่องมือในการถ่ายทอด เป็นการสื่อสารโดยผ่านทางเครื่องมือ เช่น การใช้สื่อดิจิทัล วิทยุกระจายเสียง คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ

3. การถ่ายทอดโดยกระบวนการทางสังคม เช่น การปฏิบัติสืบทอดทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม และระบบอื่น ๆ ของสังคม

การสื่อสารเป็นกระบวนการปกติวิสัยของคนทุกคน และเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ในทุกสิ่งที่ทำ หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย

ความสำคัญของการสื่อสารจำแนกได้หลายด้าน ดังนี้

- ด้านชีวิตประจำวัน แต่ละคนต้องสื่อสารกับตัวเองและผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงการปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ

- ด้านสังคม ช่วยให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ ทำให้คนยอมอยู่ในกฎเกณฑ์กติกาของสังคม และช่วยในการถ่ายทอดทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

- ด้านธุรกิจอุตสาหกรรม จำเป็นสำหรับการโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การบริหารติดต่อประสานงาน และการฝึกอบรมพนักงาน

- ด้านการเมืองการปกครอง ใช้ในทุกขั้นตอน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลงานรัฐบาล การสร้างความเข้าใจกับประชาชน การบังคับบัญชาสั่งการ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

การสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกันถือเป็นความหมายที่แท้จริงของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อมีองค์ประกอบหลัก 4 อย่าง คือ

1. ผู้ส่งสาร (Sender/Source) เป็นแหล่งกำเนิดสาร อาจเป็นบุคคล องค์กร หรือสถาบัน ที่กำหนดสาระ ความรู้ ความคิดที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ความสำเร็จของการสื่อสารขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารและสารที่ส่งเป็นสำคัญ

2. สาร (Message) เรื่องราว ความรู้ความคิดต่าง ๆ ที่ผู้ส่งต้องการให้ไปถึงผู้รับ องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยชี้ความสำเร็จของสาร ได้แก่ เนื้อหาของสาร สัญลักษณ์หรือรหัสของสาร และการเลือกและจัดลำดับข่าวสาร

3. สื่อหรือช่องทาง (Channel) แหล่งข้อมูลไม่ได้ให้รายละเอียดมากนักในส่วนนี้ แต่ระบุไว้ว่าเป็นองค์ประกอบหลัก

4. ผู้รับสาร (Receiver) แหล่งข้อมูลไม่ได้ให้รายละเอียดมากนักในส่วนนี้ แต่ระบุไว้ว่าเป็นองค์ประกอบหลัก

สามารถจำแนกประเภทของการสื่อสารตามเกณฑ์สำคัญ 3 ประการ

1. จำแนกตามกระบวนการหรือการไหลของข่าวสาร

- การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication): ข่าวสารถูกส่งจากผู้ส่งไปยังผู้รับในทิศทางเดียว โดยไม่มีการตอบโต้กลับจากผู้รับ เช่น การสื่อสารผ่านวิทยุ โทรศัพท์ หรือหนังสือพิมพ์

- การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) มีการส่งข่าวสารตอบกลับไปมาระหว่างผู้สื่อสาร ทำให้ทราบปฏิกิริยาตอบสนองและสามารถปรับปรุงพฤติกรรมสื่อสารได้ ตัวอย่างเช่น การพบปะพูดคุยกันและการพูดโทรศัพท์

2. จำแนกตามภาษาสัญลักษณ์ที่แสดงออก

- การสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication) การสื่อสารด้วยการใช้ภาษาพูดหรือเขียนเป็นคำพูด

- การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non-Verbal Communication) การสื่อสารโดยใช้รหัสสัญญาณอย่างอื่น เช่น ภาษาท่าทาง การแสดงออกทางใบหน้า สายตา น้ำเสียง หรือระดับเสียง

3. จำแนกตามจำนวนผู้สื่อสาร

- การสื่อสารส่วนบุคคล (Intrapersonal Communication) หมายถึง การคิด การตัดสินใจของบุคคลใดคนหนึ่ง ซึ่งเป็นพื้นฐานของการติดต่อกับผู้อื่น

- การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อความหมายของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เช่น การพูดคุย อภิปราย การเรียนการสอน ถือเป็น การสื่อสารที่สมบูรณ์และมีโอกาสบรรลุจุดประสงค์ได้ดีที่สุด

- การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสารโดยสื่อมวลชน (Mass media) ไปยังผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายที่ไม่แน่นอนและไม่จำกัดจำนวน เช่น วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์

โลกได้เปลี่ยนแปลงทางสังคมจนแบ่งออกเป็น 3 ยุคหลักคือ ยุคเกษตรกรรม ยุคอุตสาหกรรม และยุคปัจจุบันคือ ยุคของการสื่อสาร

- การสื่อสารในยุคโบราณ เป็นการสื่อสารอย่างง่ายตามธรรมชาติ ใช้คำพูดหรือภาษาท่าทาง การสื่อสารอยู่ในขอบเขตจำกัด หลักฐานสำคัญคือภาพเขียนโบราณตามผนังถ้ำ การสื่อสารในยุคนี้เป็นเพียงการสื่อสารกลุ่มย่อยเท่านั้น

- การสื่อสารในยุคเกษตรกรรม เกิดการรวมกลุ่มเป็นชุมชนขนาดใหญ่ มีการคิดค้นภาษาหรือสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น พัฒนาจากภาพเหมือน

จริงมาเป็นอักษรภาพและตัวอักษรที่มีลักษณะนามธรรม เมื่อมีการค้นพบกรรมวิธีทางการพิมพ์ และมีการอยู่รวมกันเป็นชุมชนขนาดใหญ่ การสื่อสารแบบมวลชนจึงเกิดขึ้น

- การสื่อสารในยุคอุตสาหกรรม สังคมมีความซับซ้อนขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม การสื่อสารแบบมวลชนจึงมีความสำคัญและหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีการพัฒนาเครื่องมือสื่อสาร เช่น ไฟฟ้า โทรเลข วิทยุ โทรทัศน์ และความก้าวหน้าทางการพิมพ์

- การสื่อสารในยุคปัจจุบัน ได้ชื่อว่าเป็นยุคของการสื่อสารอย่างแท้จริง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูง ทำให้การสื่อสารทางไกลไม่จำกัดเพียงแค่ระหว่างประเทศเท่านั้น แต่สามารถสื่อสารได้ถึงระดับดวงดาวทั้งภาพและเสียง ในยุคนี้ ผู้ที่ทราบหรือครอบครองข่าวสารข้อมูลมากกว่าย่อมเป็นผู้ได้เปรียบ

ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี (2566) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสาร ไว้ดังนี้ การสื่อสารเป็นกระบวนการเชิงความสัมพันธ์ของการสร้างและการตีความสารที่ทำให้เกิดการตอบสนอง. องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารตามคำนิยามหนึ่ง ได้แก่ สาร (Messages) การสร้างสาร (Creation of Messages) การตีความหมายสาร (Interpretation of Messages) กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ (Relational Process) และ การตอบสนอง (Response)

1. ขนบของทฤษฎีการสื่อสาร (Traditions) ทฤษฎีการสื่อสารถูกจัดแบ่งตามกรอบความคิดหลัก หรือ "ขนบการวิจัย" (Tradition) ซึ่งช่วยในการทำความเข้าใจแนวคิดของนักทฤษฎี

- กลุ่มวาทศิลป์ (The Rhetorical Tradition) เน้น ศิลปะการใช้วิธีการโน้มน้าวใจ โดยใช้สัญลักษณ์เพื่อมีผลกระทบต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสาร

- กลุ่มสัญ ญะวิทยา (The Semiotic Tradition) มองว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการแบ่งปันความหมายร่วมกันผ่านสัญญาณ (Signs) และสัญลักษณ์ (Symbols)

- กลุ่มปรากฏการณ์นิยม (The Phenomenological Tradition) มุ่งทำความเข้าใจและตีความปรากฏการณ์ในสังคมผ่าน ประสบการณ์ตรง (Direct experience) โดยเชื่อว่าการตีความของแต่ละคนมีลักษณะอัตวิสัย (Subjectivity)

- กลุ่มไซเบอร์เนติก (The Cybernetic Tradition) มองการสื่อสารว่าเป็น ระบบการประมวลผลข้อมูล (Information processing system) โดยศึกษาการประมวลผลข้อมูล ปฏิกริยาตอบกลับ และการควบคุมของระบบ

- กลุ่มจิตวิทยาสังคม (The Socio-Psychological Tradition) เชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากตัวแปรทางจิตวิทยา เช่น บุคลิกภาพ นิสัย และการรับรู้

- กลุ่มสังคมและวัฒนธรรม (The Socio-Cultural Tradition) มองว่าการสื่อสารได้ สร้างสรรค์และถ่ายทอดความจริงทางสังคม (Social reality) ซึ่งความจริงนั้นถูกสร้างขึ้นทางสังคมจากการปฏิสัมพันธ์

- กลุ่มวิพากษ์ (The Critical Tradition) ให้ความสนใจเรื่อง ความไม่ยุติธรรม การกดขี่ อำนาจ และอุดมการณ์ที่ครอบงำในสังคม โดยมีเป้าหมายในการวิพากษ์วิจารณ์ระเบียบสังคม

2. การจำแนกทฤษฎีตามบริบทของการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารยังสามารถจัดกลุ่มตามบริบทหรือสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นได้ ดังนี้

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication) การสื่อสารหรือการสนทนากับตัวเองที่เกิดขึ้นภายในใจตลอดเวลา รวมถึงการรับรู้ การคิด และการประเมินตนเอง

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) การสื่อสารแบบเห็นหน้ากันระหว่างผู้สื่อสาร 2 คน โดยความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารเป็นประเด็นการวิจัยที่สำคัญ

3. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small-group communication) การสื่อสารที่มีผู้สื่อสารอย่างน้อยที่สุด 3 คน มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มคนที่ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

4. การสื่อสารในองค์การ (Organizational communication) การสื่อสารในสภาพแวดล้อมที่มีขนาดใหญ่และหลากหลาย โดยมีการกำหนดลำดับชั้น (Hierarchy) อย่างชัดเจนเพื่อจัดระเบียบการสื่อสาร

5. การสื่อสารสาธารณะ (Public communication) การสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังผู้รับสารกลุ่มใหญ่ ซึ่งวัตถุประสงค์ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความบันเทิง และการโน้มน้าวใจ

6. การสื่อสารมวลชน (Mass communication) การถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารขนาดใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมถึงสื่อใหม่

7. การสื่อสารวัฒนธรรม (Cultural communication) การสื่อสารระหว่างหรือในกลุ่มคนที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

3. ตัวอย่างทฤษฎีหลักตามบริบท

- ทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคล ทฤษฎีการให้เหตุผลของพฤติกรรม (Attribution Theory) ทฤษฎีการลดความไม่แน่ใจ (Uncertainty Reduction Theory) ทฤษฎีการละเมิดความคาดหวัง (Expectancy Violations Theory) และทฤษฎีความไม่สอดคล้องทางความคิด (Cognitive Dissonance Theory)

- ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) และ ทฤษฎีการประสานการจัดการความหมาย (Coordinated Management of Meaning)

- ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ทฤษฎีแนวโน้มการพิจารณา (Elaboration Likelihood Model) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ทฤษฎีการสร้างภูมิคุ้มกัน (Inoculation theory) และกระบวนทัศน์เรื่องเล่า (Narrative Paradigm)

- ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ (Spiral of Silence Theory) ทฤษฎีการรู้คิดทางสังคม (Social Cognitive Theory) และทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory)

4. ทฤษฎีวิัตถวิสัยและการตีความ ทฤษฎีสามารถแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ตามฐานคติทางปรัชญา

- ทฤษฎีวิัตถวิสัย (Objective theories) มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนากฎสากล (Universal laws) ของพฤติกรรมมนุษย์ที่สามารถครอบคลุมหลายสถานการณ์เพื่อทำนายผลลัพธ์ของการสื่อสารได้ ทฤษฎีที่ดีต้องสามารถ ทดสอบสมมติฐานได้ (Testable hypotheses)

- ทฤษฎีการตีความ (Interpretive theories) มุ่งเน้นการตีความการสื่อสารในบริบทหนึ่ง ๆ เพื่อทำความเข้าใจความหมาย (Meaning) โดยไม่ได้มุ่งทดสอบทฤษฎีแต่ใช้ทฤษฎีในการให้ทิศทางการวิจัย

5. ประโยชน์ของการศึกษาทฤษฎี การศึกษาทฤษฎีการสื่อสารมีความสำคัญเพราะ

1. ช่วยให้เข้าใจประสบการณ์ในชีวิต ทฤษฎีช่วยให้เข้าใจการกระทำ การสื่อสาร อิทธิพลของสื่อ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

2. ช่วยส่งเสริมการตระหนักรู้ตนเอง (Self-awareness) ทฤษฎีช่วยให้เข้าใจตนเอง ความคิด การรับรู้ตนเอง พฤติกรรม และแรงจูงใจในการสื่อสาร

3. ช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การเรียนรู้การประยุกต์ใช้ทฤษฎีกับชีวิตประจำวันและวิชาชีพ

ทฤษฎีการสื่อสารเปรียบเทียบกับเลนส์ถ่ายภาพที่ใช้วางรูปแบบการรับรู้ปรากฏการณ์ และเป็นแผนที่ที่ให้ทิศทางการวิจัยในการศึกษาปรากฏการณ์นั้น ๆ

Benedicta Ehikhamhen (2024) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสาร ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการสื่อสาร (Theories of Communication) หมายถึง กลุ่มทฤษฎีที่เป็นองค์ประกอบของความเข้าใจ

ในกระบวนการสื่อสาร การทำความเข้าใจกระบวนการและช่องทางการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากความอยู่รอดขององค์กรใด ๆ ขึ้นอยู่กับการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสารเป็นสาขาหนึ่งของทฤษฎีสารสนเทศและคณิตศาสตร์ ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทางเทคนิคของข้อมูล รวมถึงเป็นสาขาหนึ่งของจิตวิทยา สังคมวิทยา อรรถศาสตร์ (semiotics) และมานุษยวิทยา ซึ่งศึกษาการสื่อสารระหว่างบุคคลและภายในบุคคล

จุดเริ่มต้นของทฤษฎีการสื่อสารเชื่อมโยงกับการพัฒนาทฤษฎีสารสนเทศ (information theory) ในช่วงต้นทศวรรษ 1920 การศึกษาอย่างเป็นทางการของทฤษฎีสารสนเทศ เริ่มต้นในปี 1924 เมื่อ Harry Nyquist ตีพิมพ์บทความเรื่อง Certain Factors Affecting Telegraph Speed ผู้บุกเบิกอีกคนคือ R.V.L. Hartley ซึ่งได้วางรากฐานทางคณิตศาสตร์แรกของทฤษฎีสารสนเทศในบทความ Transmission of Information (1928)

อย่างไรก็ตาม การกำเนิดที่แท้จริงของทฤษฎีสารสนเทศสมัยใหม่สามารถสืบย้อนไปถึงบทความของ Claude Shannon เรื่อง "A Mathematical Theory of Communication" ในปี 1948 จุดสำคัญในงานของ Shannon คือการตระหนักว่าสัญญาณการสื่อสารจะต้องได้รับการพิจารณาแยกต่างหากจากความหมายของข้อความที่ส่ง Shannon มุ่งเน้นไปที่ปัญหาในการเข้ารหัสข้อมูลและผู้ส่งต้องการส่งอย่างดีที่สุด และใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น เขาพัฒนา เอนโทรปีของข้อมูล (information entropy) เพื่อเป็นมาตรวัดความไม่แน่นอนในข้อความ โดยมองว่าการแก้ปัญหาทางเทคนิคของการส่งและรับข้อความให้ได้ผลก่อนนั้น เป็นขั้นตอนแรกในการพัฒนาระบบการสื่อสารที่เชื่อถือได้ ก่อนจะไปพิจารณาคำถามเกี่ยวกับความหมายที่แท้จริงของข้อความ (อรรถศาสตร์)

แหล่งข้อมูลได้กล่าวถึงทฤษฎีการสื่อสารสี่ทฤษฎี โดยสองทฤษฎีมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษา และอีกสองทฤษฎีมีความเกี่ยวข้องทางอ้อม

1. ทฤษฎีคณิตศาสตร์ (Mathematical Theory) ทฤษฎีนี้มาจากแนวคิดของ Shannon และ Weaver (1949) ซึ่งพัฒนามาจากระบบไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พวกเขามองว่า สายเคเบิลโทรศัพท์และคลื่นวิทยุเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร

- องค์ประกอบ กระบวนการสื่อสารถูกแบ่งออกเป็น แหล่งกำเนิด (source) ตัวส่งสัญญาณ (transmitter) สัญญาณ (signal) และ ตัวรับสัญญาณ (receiver)

- แนวคิดหลัก Shannon ได้กำหนดและแสดงวิธีมอบความจุให้กับช่องทางการสื่อสาร ทั้งในสถานการณ์ในอุดมคติที่ไม่มีเสียงรบกวนและในกรณีที่มีเสียงรบกวนจริง เขาได้

คิดค้นสูตรที่แสดงว่าแบนด์วิดท์ของช่องสัญญาณและอัตราส่วนสัญญาณต่อเสียงรบกวนส่งผลต่อความสามารถในการส่งสัญญาณอย่างไร

- นัยต่อการศึกษา ทฤษฎีคณิตศาสตร์ช่วยเพิ่มจำนวนผู้คนที่สามารถสื่อสารด้วยได้ในครั้งเดียว และช่วยพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงประชากรจำนวนมาก

2. ทฤษฎีสารสนเทศ (Information Theory) ทฤษฎีนี้พัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีคณิตศาสตร์

- แนวคิดหลัก มองว่าการสื่อสารเป็นวิธีที่จิตใจของคนหนึ่งมีอิทธิพลต่ออีกคนหนึ่ง โดยส่งสัญญาณ เช่น ภาษาเขียน คำพูด การเคลื่อนไหวของร่างกาย และมีกลไกสำหรับการป้อนกลับ (feedback) ไหลจากปลายทางไปยังแหล่งกำเนิด

- รูปแบบที่เกี่ยวข้อง ได้ปรับแบบจำลอง Shannon-Weaver โดยเพิ่มตัวอย่างการส่งข้อความ และถูกมองว่าเป็นผู้ริเริ่ม การสื่อสารเชิงโต้ตอบ (interactive communication)

- นัยต่อการศึกษา ทฤษฎีนี้มีส่วนสำคัญต่อกระบวนการเรียนการสอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านผลกระทบของครูที่มีต่อจิตใจของผู้เรียน และการมีข้อมูลป้อนกลับจากผู้เรียนเพื่อปรับปรุงการเรียนรู้

3. ทฤษฎีเสรีภาพสื่อ (Free Press Theory) ทฤษฎีนี้มาจากทฤษฎีการปลดปล่อย (liberation theory)

- แนวคิดหลัก เน้นย้ำถึง เสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ และอิสรภาพจากการควบคุมของทางการในศตวรรษที่สิบเจ็ด ระบุว่าบุคคลควรได้รับอิสระในการแสดงออกและเผยแพร่ข้อมูล ตราบใดที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้อื่นหรือประเทศ

- นัยต่อการศึกษา มีอิทธิพลทางอ้อมต่อระบบการศึกษา โดยช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงความจริงและมีความรู้เรื่องสิทธิและความรับผิดชอบของตนเอง และส่งเสริมการพัฒนาสังคม-เศรษฐกิจและการเมืองของชาติผ่านการศึกษา

4. ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) ทฤษฎีนี้มีที่มาจากคณะกรรมการว่าด้วยเสรีภาพสื่อในสหรัฐอเมริกา

- แนวคิดหลัก ระบุว่าสื่อสิ่งพิมพ์และการกระจายเสียง มี ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งได้รับการดูแลโดยสังคม โดยพูดถึงเสรีภาพทางเลือกของปัจเจกบุคคล, ภาระผูกพันของสื่อต่อสังคม และเสรีภาพของสื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชุมชน

- การมีส่วนร่วมต่อความรู้ ส่งเสริมความคิดและค่านิยมทางศีลธรรมในหมู่บุคคล และส่งมอบข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้เรียนในกระบวนการพัฒนาศีลธรรม

รูปแบบจำลองการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ข้อมูลถูกเข้ารหัสในรูปแบบของแพ็กเกจส่งผ่านช่องทางโดยผู้ส่งไปยังผู้รับ ซึ่งผู้รับจะถอดรหัสข้อความและให้การป้อนกลับ

1. รูปแบบจำลองของอริสโตเติล (Aristotle's Model)

- เน้นที่การพูดในที่สาธารณะ ผู้ส่ง (ผู้พูด) เป็นผู้มีส่วนร่วมที่กระตือรือร้นและผู้รับ (ผู้ชม) เป็นฝ่ายตั้งรับ ผู้ส่งต้องเข้าใจผู้ชมเป็นอย่างดี และองค์ประกอบพื้นฐานคือ ผู้พูด คำพูด และผู้ชม

2. รูปแบบจำลองเชิงเส้นตรง (Linear Model)

- มองการสื่อสารเป็นกระบวนการ ทางเดียว (one-way) โดยผู้พูดพูดและผู้ฟังฟังเท่านั้น

- ประกอบด้วยผู้ส่งเข้ารหัสข้อความและส่งผ่านช่องทางไปยังผู้รับในขณะที่มีเสียงรบกวน

- ข้อบกพร่องหลักคือ ไม่มีการป้อนกลับ จากผู้รับ ตัวอย่างคือสื่อสารมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์

3. รูปแบบจำลองเชิงโต้ตอบ (Interactive Model)

- พัฒนาขึ้นเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของรูปแบบเชิงเส้นตรง โดยมองว่าผู้รับหรือผู้ฟังให้ ข้อมูลป้อนกลับ แก่ผู้ส่ง

- ทั้งผู้พูดและผู้ฟังจะผลัดกันพูดและฟัง การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นหากทั้งคู่มี ขอบเขตประสบการณ์ร่วมกัน

- เป็นกระบวนการ สองทาง แต่การป้อนกลับ ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน เช่น การส่งข้อความโต้ตอบแบบทันที

4. รูปแบบจำลองเชิงธุรกรรม (Transactional Model)

- แก้ไขข้อบกพร่องในรูปแบบเชิงโต้ตอบ โดยแสดงให้เห็นว่าผู้สื่อสารสามารถส่งและรับข้อความได้พร้อมกัน

- เป็นกระบวนการ ต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (dynamic)

- องค์ประกอบต่าง ๆ ในการสื่อสารมีความเชื่อมโยงกัน เช่น ไม่มีแหล่งกำเนิดโดยไม่มีผู้รับ

- แต่ละคนในกระบวนการสื่อสารเป็นทั้ง ผู้ส่งและผู้รับ (sender-receiver) และการสื่อสารส่งผลกระทบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

จากที่มีผู้กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสาร สามารถสรุปได้ดังนี้ ทฤษฎีการสื่อสารเป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างมนุษย์ โดยมีรากฐานมาจากแนวคิดเรื่องการมีความเข้าใจร่วมกัน การสื่อสารจึงมิได้เป็นเพียงการส่งข่าวสารเท่านั้น แต่เป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มนุษย์ใช้สัญลักษณ์ ภาษา และพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความหมายร่วมกันและส่งผลกระทบต่อความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้อื่น โดยภาพรวม การสื่อสารหมายถึงกระบวนการที่บุคคลถ่ายทอดความรู้ ความคิด และประสบการณ์ไปยังผู้อื่น พร้อมทั้งรับสารกลับมาเพื่อนำไปปรับใช้หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์เมื่อองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สารหรือข้อความ สื่อหรือช่องทาง และผู้รับสาร ซึ่งทั้งหมดต้องทำงานสอดคล้องประสานกัน

การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้หลายลักษณะ ทั้งการสื่อสารโดยตรงผ่านภาษาและสัญลักษณ์ การสื่อสารผ่านเครื่องมือหรือเทคโนโลยี และการสื่อสารผ่านกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม และประเพณี นอกจากนี้ ยังสามารถจำแนกการสื่อสารตามทิศทางของข่าวสาร ลักษณะของภาษาสัญลักษณ์ และจำนวนผู้สื่อสาร ตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล ไปจนถึงการสื่อสารมวลชน ในเชิงทฤษฎี นักวิชาการได้พัฒนากรอบแนวคิดที่หลากหลายเพื่ออธิบายการสื่อสาร เช่น กลุ่มทฤษฎีที่เน้นการโน้มน้าวใจ การใช้สัญลักษณ์ การตีความประสบการณ์ การประมวลผลข้อมูล อิทธิพลทางจิตวิทยา บริบททางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการวิพากษ์โครงสร้างอำนาจในสังคม นอกจากนี้ ทฤษฎียังสามารถจัดกลุ่มตามบริบทของการสื่อสาร เช่น การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในองค์การ และการสื่อสารมวลชน

การพัฒนาทฤษฎีการสื่อสารมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของสังคม ตั้งแต่ยุคโบราณ ยุคเกษตรกรรม ยุคอุตสาหกรรม จนถึงยุคปัจจุบันที่ถือเป็นยุคของการสื่อสารและสารสนเทศ ความรู้และการเข้าถึงข้อมูลกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบให้กับบุคคลและองค์กร ในด้านรูปแบบจำลองการสื่อสาร ได้มีการอธิบายการสื่อสารทั้งในลักษณะทางเดียว สองทาง และแบบโต้ตอบหรือเชิงธุรกรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารในโลกปัจจุบันเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง มีการส่งและรับสารพร้อมกัน และมีการป้อนกลับตลอดเวลา

โดยสรุป ทฤษฎีการสื่อสารทำหน้าที่เสมือนเครื่องมือทางปัญญาที่ช่วยให้เข้าใจ พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ในมิติต่าง ๆ ทั้งในชีวิตประจำวัน สังคม การศึกษา องค์กร และ สื่อมวลชน อีกทั้งยังเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการศึกษาวิจัย วิเคราะห์ และพัฒนาการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลและสังคมโดยรวม

1.1. ประเภทของการสื่อสาร

มีผู้กล่าวถึง ประเภทของการสื่อสาร ไว้ดังนี้

Colin James (2025) ได้กล่าวถึง ประเภทของการสื่อสาร ไว้ดังนี้ การสื่อสารมี 4 ประเภทพื้นฐานที่ถือเป็นเสาหลักของการแลกเปลี่ยนระหว่างมนุษย์ที่มีความหมาย การทำความเข้าใจและเชี่ยวชาญประเภทเหล่านี้จะช่วยปลดล็อกโอกาส สร้างความสัมพันธ์ และกำหนดชีวิตส่วนตัวและอาชีพ ประเภทการสื่อสารพื้นฐานทั้ง 4 ประเภท ได้แก่

1. **วจนภาษา (Verbal Communication)** วจนภาษาคือ การแลกเปลี่ยนความคิด และข้อมูลผ่านคำพูดที่เปล่งออกมา เป็นรากฐานของการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ทำให้บุคคลสามารถแสดงความคิด อารมณ์ และแนวคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที เช่น

- การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) การพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือสมาชิกในครอบครัวแบบตัวต่อตัว

- การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal) การคิด การไตร่ตรอง หรือการวางแผนในใจ

- การสื่อสารในกลุ่ม (Group Communication) การปฏิสัมพันธ์ในที่ประชุม ทีม หรือกลุ่มศึกษา

- การสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) การกล่าวสุนทรพจน์ หรือ การนำเสนอต่อผู้ฟังจำนวนมาก

- การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) การเผยแพร่ข้อความไปยังผู้ชมที่หลากหลายและจำนวนมากผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรทัศน์หรือโซเชียลมีเดีย

เหมาะสำหรับการโต้ตอบแบบเห็นหน้ากัน การประชุมระดมความคิด และสถานการณ์ที่ต้องการผลตอบรับในทันทีและการเชื่อมโยงทางอารมณ์

2. **อวจนภาษา (Non-Verbal Communication)** อวจนภาษาครอบคลุมองค์ประกอบของการสื่อสารอื่นที่ไม่ใช่คำพูดหรือข้อความที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งรวมถึงองค์ประกอบ เช่น น้ำเสียง ระดับเสียง และภาษากาย ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้ข้อความ เช่น

- การแสดงออกทางสีหน้า การแสดงอารมณ์ต่างๆ เช่น ความสุข ความเศร้า ความโกรธ หรือความประหลาดใจ ซึ่งมักจะเป็นสากลในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

- การเคลื่อนไหวและท่าทางของร่างกาย ท่าทาง การวางตัว และการเคลื่อนไหวที่ใช้ในการสื่อสาร

- การใช้ท่าทาง (Gestures) เช่น การโบกมือหรือการชี้ แต่ความหมายอาจแตกต่างกันไปอย่างมากในแต่ละวัฒนธรรม

- การสบตา เป็นรูปแบบที่สำคัญอย่างยิ่งที่สามารถสื่อถึงความสนใจ ความเกลียดชัง หรือความดีใจ

- การสัมผัส (Touch) สามารถถ่ายทอดข้อมูลและความรู้สึกได้มาก เช่น การจับมือที่อ่อนแอซึ่งแสดงถึงการขาดความมุ่งมั่น

- ระดับเสียง (Pitch) และ น้ำเสียง (Tone) ระดับเสียงของเสียงสามารถสื่อถึงอารมณ์ได้หลากหลาย เช่น ความตื่นเต้น หรือความไม่สนใจ ในขณะที่น้ำเสียงสามารถเปลี่ยนความหมายของคำพูดได้อย่างมาก

มีความสำคัญอย่างยิ่งในการถ่ายทอดอารมณ์ การเน้นย้ำประเด็น และการนำเสนอข้อความ

3. ลายลักษณ์อักษร (Written Communication) การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรคือการแลกเปลี่ยนความคิดและข้อมูลผ่านคำที่เป็นลายลักษณ์อักษร เป็นรูปแบบที่มีโครงสร้างและถาวร มักใช้ในบริบทที่เป็นทางการและเป็นมืออาชีพ เช่น

อีเมล เป็นรูปแบบที่แพร่หลายที่สุดสำหรับการติดต่อสื่อสารส่วนตัวและธุรกิจ

- รายงาน (Reports) มีความสำคัญสำหรับการจัดทำเอกสารและนำเสนอข้อมูล การค้นพบ และการวิเคราะห์

- บันทึกข้อความ (Memos) ใช้ภายในองค์กรเพื่อสื่อสารประกาศหรือข้อความ

- ข้อความสั้นและโพสต์โซเชียลมีเดีย ใช้สำหรับการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างไม่เป็นทางการ

เหมาะสำหรับรายงานที่เป็นทางการ การจัดทำเอกสาร อีเมล และทุกสถานการณ์ที่จำเป็นต้องมีบันทึกถาวร

4. ภาพ (Visual Communication) การสื่อสารด้วยภาพอาศัยรูปภาพ สัญลักษณ์ และกราฟิกในการถ่ายทอดข้อความ เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการนำเสนอข้อมูล เช่น

- อินโฟกราฟิก (Infographics) ทำให้ข้อมูลทางสถิติที่ซับซ้อนเข้าใจง่ายขึ้น โดยใช้แผนภูมิ กราฟ และไอคอน

- แผนภูมิและกราฟ (Charts and Graphs) จำเป็นสำหรับการนำเสนอข้อมูลทางสถิติ เช่น แผนภูมิแท่งสำหรับการเปรียบเทียบตัวเลข

มีประสิทธิภาพในการนำเสนอ การวิเคราะห์ข้อมูล และสถานการณ์ใดๆ ที่ต้องการถ่ายทอดข้อมูลอย่างรวดเร็วและน่าจดจำ

ไม่มีรูปแบบการสื่อสารใดที่ดีที่สุดเพียงรูปแบบเดียว เนื่องจากแต่ละประเภทมีจุดแข็งและจุดอ่อนเฉพาะตัว กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุดมักจะเกี่ยวข้องกับการผสมผสานประเภทเหล่านี้ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อความมีความชัดเจน น่าดึงดูด และตรงตามความต้องการของผู้ชม เมื่อรวมกันอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ละประเภทจะช่วยเสริมข้อความโดยรวม

- วัจนภาษา ให้เนื้อหาหลักของข้อความ (คำและข้อมูล) และเพิ่มอารมณ์และน้ำเสียง

- อวัจนภาษา เสริมข้อความด้วยการให้บริบทและสัญญาณทางอารมณ์ (เช่น ภาษากาย) ซึ่งช่วยให้ผู้รับตีความความตั้งใจ

- ลายลักษณ์อักษร มอบความแม่นยำ องค์การ และการบันทึกถาวรของข้อมูลที่ซับซ้อน

- ภาพ ทำให้ข้อความน่าดึงดูด จดจำง่ายขึ้น และทำให้ข้อมูลที่ซับซ้อนเข้าใจง่ายขึ้น

Raquel (2024) ได้กล่าวถึง ประเภทของการสื่อสาร ไว้ดังนี้ ประเภทของการสื่อสารที่แตกต่างกันมี 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การสื่อสารด้วยวาจา (Verbal) การสื่อสารที่ไม่ใช่คำพูด (Non-verbal) การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Written) และ การสื่อสารด้วยภาพ (Visual)

การสื่อสารแต่ละประเภทมีความคล้ายคลึงกันในบางด้าน แต่ก็มีแตกต่างกันที่ทำให้แต่ละประเภทมีประโยชน์ในสถานการณ์เฉพาะเจาะจง และสามารถใช้แยกกัน รวมกัน หรือใช้ทั้งหมดรวมกันได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการ รายละเอียดของประเภทการสื่อสารมีดังนี้:

1. การสื่อสารด้วยวาจา (Verbal Communication) การสื่อสารด้วยวาจาคือการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก และแนวคิดโดยใช้คำพูด ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารพื้นฐานที่ใช้กันทั่วไป เพราะทำได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารด้วยวาจามีสองรูปแบบ ได้แก่

- การสื่อสารด้วยปากเปล่า (Oral Communication) ใช้วิธีการพูดและเสียงในการสนทนา ซึ่งสามารถทำได้โดยตรง เช่น การพูดคุยแบบตัวต่อตัว หรือโดยอ้อม เช่น การสนทนาทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ยังสามารถแสดงอารมณ์ผ่านน้ำเสียง (tone) และระดับเสียง (volume) ได้ด้วย

- การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Written Communication) ใช้คำพูดในรูปแบบการเขียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข้อความ (text) อีเมล หรือจดหมาย ซึ่งต่างจากการสื่อสารด้วยปากเปล่าที่ใช้น้ำเสียงและระดับเสียงในการแสดงอารมณ์ การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรจะแสดงอารมณ์ผ่านเครื่องหมายวรรคตอนได้

2. การสื่อสารที่ไม่ใช่คำพูด (Non-verbal Communication) การสื่อสารประเภทนี้เป็นหนึ่งในประเภทการสื่อสารที่ไม่ใช่คำพูด เนื่องจากไม่มีคำพูดเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารที่ไม่ใช่คำพูดจึงมีหลายรูปแบบ ได้แก่

- ภาษากาย (Body Language) แสดงให้เห็นว่าเรารู้สึกและคิดอย่างไรโดยไม่ใช้คำพูด ตัวอย่างเช่น ท่าทาง (posture) สามารถแสดงความมั่นใจหรือความประหม่าได้, การแสดงออกทางสีหน้า (facial expressions) แสดงให้เห็นความรู้สึก, และการสบตา (eye contact) ช่วยให้เห็นเชื่อมโยงกับผู้อื่นได้

- รูปลักษณ์ภายนอก (Appearance) รูปลักษณ์ของคุณสามารถบอกบุคลิกสถานะทางสังคม หรืออาชีพของคุณได้ นอกจากนี้ยังสามารถสื่อสารเกี่ยวกับวัฒนธรรม สุขภาพ หรืออายุของคุณได้ด้วย

- ความเงียบ (Silence) บางครั้งความเงียบสามารถพูดได้ดังกว่าคำพูด การนิ่งเงียบอาจหมายถึงการกำลังคิด รู้สึกอึดอัด แสดงความเคารพ หรืออาจหมายถึงการไม่เห็นด้วย รู้สึกเศร้า หรือพยายามหลีกเลี่ยงการทะเลาะ ในทางกลับกัน ความเงียบยังอาจหมายถึงความสงบ หรือความไม่แน่ใจ

- พาราลิงกัวจิก (Paralanguage) เกี่ยวข้องกับวิธีการพูด ไม่ใช่แค่คำพูดที่คุณใช้ ตัวอย่างเช่น น้ำเสียง (tone of voice) ระดับเสียงสูงต่ำ (pitch) และความดัง (volume) สามารถเปลี่ยนความเข้าใจของผู้คนที่มาติดต่อคุณได้ ความเร็วในการพูดและการหยุดพัก (pauses) ก็สามารถเปลี่ยนความหมายของข้อความได้เช่นกัน

3. การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Written Communication) แม้ว่าการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารด้วยวาจา แต่ก็ยังถูกพิจารณาว่าเป็นหนึ่งในประเภทหลักของการสื่อสาร การสื่อสารประเภทนี้มีหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบก็มี

วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรยังเพิ่มมิติใหม่ที่จะช่วยให้สามารถเก็บรักษาข้อความ อ้างอิงได้ และสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ฟังที่ใหญ่ขึ้นข้ามเวลาและพื้นที่ ตัวอย่างหมวดหมู่ที่ใช้วิธีการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ได้แก่

- การสื่อสารส่วนบุคคล จดหมายและข้อความ (Text messages)
- การสื่อสารทางวิชาชีพ อีเมล รายงาน ข้อเสนอโครงการ (Proposals) และ

บันทึกข้อความ (Memos)

- การสื่อสารสาธารณะ บทความ บล็อก และโพสต์โซเชียลมีเดีย

4. การสื่อสารด้วยภาพ (Visual Communication) การสื่อสารด้วยภาพคือการใช้รูปภาพ สี รูปร่าง วิดีโอ และภาพอื่น ๆ เพื่อแบ่งปันข้อความหรือความคิด แทนที่จะพูดหรือเขียนเพียงอย่างเดียว คุณสามารถแสดงสิ่งต่าง ๆ ผ่านรูปภาพหรือการออกแบบเพื่อช่วยให้ผู้คนเข้าใจได้เร็วขึ้น การสื่อสารด้วยภาพถูกนำไปใช้ประโยชน์ในหลายด้าน เช่น

- โซเชียลมีเดีย การโพสต์รูปภาพ วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก
- การนำเสนอในที่ทำงาน/โครงการของโรงเรียน การใช้แผนภาพ แผนภูมิ

และรูปภาพ

- การโฆษณา การสร้างโฆษณาด้วยภาพ เช่น โปสเตอร์ และวิดีโอ
- เว็บไซต์ การใช้รูปภาพ ไอคอน และวิดีโอ เพื่อให้เว็บไซต์น่าสนใจและใช้

งานง่ายขึ้น

Anne Converse Willkomm (2018) ได้กล่าวถึง ประเภทของการสื่อสาร ไว้ดังนี้ ประเภทของการสื่อสารมี 5 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารด้วยวาจา (verbal) การสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูด (non-verbal) การสื่อสารด้วยการเขียน (written) การฟัง (listening), และการสื่อสารด้วยภาพ (visual) โดยรายละเอียดของแต่ละประเภทมีดังนี้

1. การสื่อสารด้วยวาจา (Verbal Communication) การสื่อสารด้วยวาจาเกิดขึ้นเมื่อเรามีการพูดคุยกับผู้อื่น การสื่อสารประเภทนี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งแบบเห็นหน้ากัน ผ่านโทรศัพท์ หรือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Skype หรือ Zoom การพูดคุยบางอย่างอาจเป็นไปในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ เช่น การสนทนากับเพื่อน หรืออาจเป็นแบบที่เป็นทางการ เช่น การประชุมตามกำหนด สิ่งที่สำคัญในการสื่อสารด้วยวาจา ไม่ใช่แค่เพียงคำพูดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณภาพและความซับซ้อนของคำเหล่านั้น วิธีที่เรานำคำมาเรียงร้อยกันเพื่อสร้างข้อความหลักและ น้ำเสียง ที่ใช้ในการพูด ซึ่งประกอบด้วยระดับเสียง โทน และจังหวะ นอกจากนี้ ในการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน คำพูดจะไม่สามารถแยกออกจากการสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูดได้

2. การสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูด (Non-Verbal Communication) สิ่งที่คุณแสดงออกขณะที่พูดมักจะสื่อสารได้มากกว่าคำพูดจริง การสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูดประกอบด้วย การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง การสบตา การเคลื่อนไหวของมือ และการสัมผัส ตัวอย่างเช่น หากคุณกำลังเสนอแนวคิดการประหยัดต้นทุนแก่เจ้านายของคุณ เจ้านายอาจแสดงความเห็นด้วยด้วยวาจา แต่สัญญาณที่ไม่ใช้คำพูด เช่น การหลีกเลี่ยงการสบตา การถอนหายใจ หรือสีหน้าอยู่ยี่อาบ่งบอกถึงความรู้สึกที่แตกต่างออกไป

3. การสื่อสารด้วยการเขียน (Written Communication) ไม่ว่าจะเป็นอีเมล บันทึกรายงาน รายงาน โพสต์บน Facebook ทวิต หรือสัญญา การสื่อสารด้วยการเขียนทุกรูปแบบมีเป้าหมายเดียวกันคือ การเผยแพร่ข้อมูลอย่างชัดเจนและรัดกุม สิ่งที่สำคัญที่ควรจำเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยการเขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล คือ ข้อความจะคงอยู่ต่อไป (อาจจะตลอดไป) ดังนั้นจึงมีสิ่งที่จะต้องจำ 2 ประการ 1. จงเขียนให้ดี เพราะประโยคที่สร้างอย่างไม่ดี หรือข้อผิดพลาดที่สะเพร่าจะทำให้คุณดูไม่ดี และ 2. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเนื้อหาเป็นสิ่งที่คุณต้องการส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องด้วยในระยะยาว

4. การฟัง (Listening) การกระทำของการฟังมักจะไม่ถูกรวมอยู่ในรายการประเภทของการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม การฟังอย่างตั้งใจ (Active listening) อาจเป็นประเภทการสื่อสารที่สำคัญที่สุด หากเราไม่สามารถฟังบุคคลที่อยู่ตรงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เราก็ไม่สามารถมีส่วนร่วม与他们ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบทของการเจรจา การฟังมีความสำคัญในการประเมินว่าฝ่ายตรงข้ามต้องการและจำเป็นต้องมีอะไรบ้าง หากปราศจากการฟัง การประเมินนี้จะไปไม่ได้ ซึ่งทำให้การบรรลุผลลัพธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย เป็นเรื่องยาก

5. การสื่อสารด้วยภาพ (Visual Communication) สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่เน้นภาพเป็นหลัก พิจารณาได้จากกรณีที่โทรทัศน์เปิดตลอด 24 ชั่วโมง Facebook ที่เต็มไปด้วยมีม วิดีโอ และภาพ นอกจากนี้ Instagram ยังเป็นแพลตฟอร์มเฉพาะรูปภาพ, และผู้โฆษณาก็ใช้ภาพในการขายผลิตภัณฑ์และความคิด ในมุมมองส่วนตัว รูปภาพที่เราโพสต์บนโซเชียลมีเดียมีจุดประสงค์เพื่อถ่ายทอดความหมาย เพื่อสื่อสารข้อความบางอย่าง ข้อความนั้นอาจเป็นการบอก ว่า "คุณนลิ ฉันอยู่ที่อิตาลี" หรือ "ฉันเพิ่งได้รับรางวัล" หรืออาจถูกคัดสรรอย่างระมัดระวังเพื่อดึงดูดความรู้สึก เช่น ภาพสัตว์ที่บาดเจ็บหรือเด็กที่กำลังร้องไห้

จากที่มีผู้กล่าวถึง ประเภทของการสื่อสาร สามารถสรุปได้ดังนี้ การสื่อสารเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต การสร้าง

ความสัมพันธ์ และการทำงานร่วมกัน โดยนักวิชาการส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่า การสื่อสารสามารถจำแนกออกเป็นประเภทหลัก ๆ ดังนี้

1. การสื่อสารด้วยวาจา (Verbal Communication) เป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก และข้อมูลผ่านคำพูด ทั้งในรูปแบบการสนทนาแบบเผชิญหน้า การประชุม การนำเสนอ หรือการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล มีความโดดเด่นในด้านความเร็ว การโต้ตอบ และการถ่ายทอดอารมณ์ผ่านน้ำเสียงและจังหวะการพูด

2. การสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด (Non-Verbal Communication) เป็นการสื่อสารผ่านภาษากาย สีหน้า ท่าทาง การสบตา น้ำเสียง ระดับเสียง ความเงียบ และรูปลักษณ์ภายนอก ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมความหมาย สะท้อนอารมณ์ และช่วยให้ผู้รับสารตีความเจตนาของผู้ส่งสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Written Communication) เป็นการถ่ายทอดสารผ่านการเขียน เช่น อีเมล รายงาน บันทึกข้อความ บทความ หรือโพสต์บนสื่อออนไลน์ มีความเป็นระบบ ชัดเจน และสามารถเก็บเป็นหลักฐานหรืออ้างอิงได้ในระยะยาว เหมาะสำหรับบริบททางวิชาการ องค์กร และงานที่ต้องการความแม่นยำของข้อมูล

4. การสื่อสารด้วยภาพ (Visual Communication) เป็นการใช้ภาพ แผนภูมิ กราฟ สัญลักษณ์ อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอ เพื่อช่วยถ่ายทอดข้อมูลและแนวคิด ทำให้เนื้อหาที่ซับซ้อนเข้าใจง่าย จดจำได้ดี และดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

5. การฟัง (Listening) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการฟังอย่างตั้งใจ ซึ่งช่วยให้เข้าใจความต้องการ มุมมอง และความรู้สึกของผู้อื่น อันนำไปสู่การสื่อสารที่สร้างสรรค์ การแก้ไขปัญหา และการบรรลุผลลัพธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย

โดยสรุป ไม่มีรูปแบบการสื่อสารใดที่ดีที่สุดเพียงรูปแบบเดียว การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงควรอาศัยการผสมผสานการสื่อสารหลายประเภทให้เหมาะสมกับบริบท เนื้อหา และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สารมีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดในการสื่อสาร

2. ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียง

มีผู้กล่าวถึง ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียง ไว้ดังนี้

ไกรสร แก้วอุดม (2565) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียง ไว้ดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อเสียงในแหล่งข้อมูลที่ให้มานั้นมุ่งเน้นไปที่บริบทของรายวิชา "การออกแบบสื่อ

เสียงเพื่อการศึกษา", โดยสามารถสรุปหลักการและวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อเสียงได้ดังนี้ หลักการพื้นฐานของงานวิทยุกระจายเสียงมีอยู่ 3 ประการ ได้แก่:

1. ให้ข่าวสาร ความรู้ และบทความ
2. ให้การศึกษา
3. ให้ความบันเทิง

อย่างไรก็ตาม แหล่งข้อมูลระบุว่าปัจจุบันสถานีวิทยุส่วนมากมักจะมุ่งเน้นไปทางบันเทิงและโฆษณาเป็นส่วนใหญ่ ตามการเวลาเพื่อผลประโยชน์จากผู้จ้าง

ความสำคัญของการบันทึกเสียงเพื่อการศึกษา (หลักการออกแบบสื่อเสียงเพื่อการศึกษา) การออกแบบสื่อเสียงเพื่อการศึกษาเป็นการแปลงสัญญาณคลื่นเสียงเป็นสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ในระบบอนาล็อกหรือดิจิทัล เพื่อนำเสนอเนื้อหาสาระและประสบการณ์ ซึ่งสามารถนำกลับมาเล่นเป็นคลื่นเสียงให้ผู้เรียนศึกษาได้ การบันทึกเสียงนี้มี ความสำคัญ 4 ประการ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการออกแบบสื่อประเภทนี้:

1. ทำให้เผยแพร่ไปอย่างกว้างขวาง การบันทึกเสียงมีความสำคัญในการเผยแพร่เสียงไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ผู้ใช้สามารถเข้าฟังการเผยแพร่เสียงในรูปแบบ Mp3 ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ง่าย

2. เพิ่มคุณภาพรายการวิทยุ การบันทึกเสียงจะทำให้รายการมีคุณภาพมากกว่าการออกอากาศสด การบันทึกช่วยลดความเสี่ยงต่อการฟ้องร้องหากข้อความที่ออกอากาศทำให้ผู้อื่นเสียหาย และช่วยให้สามารถตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาสาระทางการศึกษาได้

3. เป็นหลักฐานอ้างอิงทางวิชาการ การบันทึกเสียงสามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการที่น่าเชื่อถือได้ ตัวอย่างเช่น พระราชดำรัส หรือคำปราศรัยของบุคคลสำคัญที่ได้บันทึกไว้แล้ว สามารถเป็นหลักฐานอ้างอิงได้

4. นำมาเล่นกลับได้หลายครั้ง การบันทึกเสียงทำให้ผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่บันทึกไว้แล้วมาเล่นซ้ำแล้วซ้ำอีก หากผู้เรียนไม่ได้ฟังในช่วงที่พูด การบันทึกจะทำให้สามารถนำกลับมาฟังได้อีก ซึ่งช่วยให้ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาระดีขึ้น

โดยพื้นฐานแล้ว เสียงเกิดจากการสั่นสะเทือนของเครื่องกำเนิดเสียง เสียงเคลื่อนที่ด้วยสื่อที่เป็นตัวกลาง การออกแบบสื่อเสียงเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนคลื่นเสียงจากแหล่งกำเนิดให้เป็นสัญญาณรูปแบบต่าง ๆ เพื่อบันทึก รูปแบบการบันทึกเสียงหลัก ๆ ได้แก่:

1. การเปลี่ยนคลื่นเสียงแบบเชิงกล

2. การเปลี่ยนคลื่นเสียงเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งมีการบันทึกเสียงแบบอนาล็อก และดิจิทัล

3. การเปลี่ยนคลื่นเสียงเป็นคลื่นแสง

Cliff Weitzman (2023) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียงไว้ดังนี้ การออกแบบเสียง (Sound Design) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง บันทึก และปรับแต่งองค์ประกอบเสียงสำหรับสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพยนตร์ วิดีโอเกม การผลิตดนตรี และการแสดงสด การออกแบบเสียงถือเป็นองค์ประกอบเสียงที่เสริมองค์ประกอบภาพของโครงการ เพิ่มความลึก ตัวละคร และอารมณ์ให้กับเรื่องราว บทบาทของการออกแบบเสียงคือการสร้างโลกเสียงที่สามารถพาผู้ชมเข้าสู่ฉากของเรื่องราวได้

องค์ประกอบหลักของการออกแบบเสียงมี 5 ประการที่ใช้ในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ทางเสียงที่สมบูรณ์:

1. เอฟเฟกต์เสียง (SFX): รวมถึงเสียงที่สร้างขึ้นหรือปรับปรุงในโครงการ มักใช้เพื่อเพิ่มหรือแทนที่เสียงในโลกจริง เอฟเฟกต์เสียงสามารถมีได้ตั้งแต่เสียงฝีเท้า (Foley) ไปจนถึงเสียงไซไฟที่ซับซ้อน

2. ดนตรี (Music): เป็นส่วนสำคัญที่นักประพันธ์สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มบรรยากาศและเรื่องราวของโครงการ ดนตรีอาจเป็นได้ตั้งแต่ทำนองง่ายๆ ไปจนถึงคะแนนที่ซับซ้อน

3. เสียงพูด (Speech): รวมถึงบทสนทนาและการพากย์เสียง ซึ่งเพิ่มความลึกให้กับเรื่องราวและตัวละคร

4. บรรยากาศ (Atmosphere): เสียงบรรยากาศหรือเสียงภูมิทัศน์ที่สร้างสภาพแวดล้อมที่ดื่มด่ำและกำหนดฉาก

5. การเปลี่ยนเสียง (Sound Transitions): ใช้เพื่อเปลี่ยนฉากหรืออารมณ์อย่างราบรื่น

การออกแบบเสียงสามารถแบ่งออกได้เป็นสามประเภทหลักตามแหล่งที่มาหรือวิธีการใช้งาน:

1. เสียงไดเจติก (Diegetic Sound): เป็นเสียงที่มีอยู่ตามธรรมชาติในโลกของภาพยนตร์ ตัวอย่างเช่น บทสนทนา, ดนตรีที่มาจากวิทยุในฉาก, หรือเสียงที่เกิดจากวัตถุในฉาก

2. เสียงนอกไดเจติก (Non-Diegetic Sound): เป็นเสียงที่เพิ่มในขั้นตอนหลังการผลิตและไม่ได้มาจากแหล่งที่มาในโลกของภาพยนตร์ ตัวอย่างเช่น ดนตรีพื้นหลังหรือเสียงบรรยาย

3. เสียงเอฟเฟกต์ (Sound Effects): เป็นเสียงที่สร้างขึ้นหรือเพิ่มเพื่อเน้นหรือสร้างองค์ประกอบเฉพาะบนหน้าจอ

การออกแบบเสียงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดและเพิ่มพูนเรื่องราว อารมณ์ และประสบการณ์การรับชมโดยรวม

1. สร้างความสมจริง: เสียงบรรยากาศ บทสนทนา ดนตรี และเอฟเฟกต์เสียงทั้งหมดช่วยสร้างโลกที่น่าเชื่อถือและดื่มด่ำ ทำให้ผู้ชมสามารถหลงเข้าไปในเรื่องราวได้

2. นำทางการตอบสนองทางอารมณ์: การออกแบบเสียงมีอิทธิพลต่อโทนอารมณ์ของฉาก เช่น ดนตรีที่สร้างความตึงเครียดสามารถสร้างความตื่นเต้น หรือเอฟเฟกต์เสียงบางอย่างสามารถทำให้เกิดความกลัวได้

3. เพิ่มพูนเรื่องราว: เสียงสามารถให้ข้อมูลสำคัญ เช่น เสียงนอกจอสามารถบอกถึงการกระทำที่เกิดขึ้นนอกกรอบ และเสียงบอกเหตุสามารถบอกเหตุการณ์ล่วงหน้า

4. กำหนดตัวละครและฉาก: การใช้ดนตรีพื้นหลังหรือเสียงภูมิทัศน์เมื่อมีตัวละครเฉพาะปรากฏหรือสถานที่เฉพาะแสดง สามารถช่วยให้ผู้ชมสร้างความสัมพันธ์และเข้าใจเรื่องราวได้ดีขึ้น

5. เพิ่มจังหวะและความเร็ว: การออกแบบเสียงและดนตรีให้จังหวะเสียงของภาพยนตร์ จังหวะของดนตรีหรือความเร็วของเอฟเฟกต์เสียงสามารถมีอิทธิพลอย่างมากต่อความเร็วและความก้าวหน้าที่รับรู้ของภาพยนตร์

6. สัญลักษณ์และธีม: องค์ประกอบเสียงที่เกิดขึ้นสามารถทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์เสียง (ม็อดฟ) ให้ความหมายอีกชั้นหนึ่งแก่เรื่องราวและแสดงธีมหรือแนวคิดในภาพยนตร์

การออกแบบเสียงเกี่ยวข้องกับการสร้างและการปรับแต่งองค์ประกอบเสียงทั้งหมด ในขณะที่ การตัดต่อเสียง (Sound Editing) เป็นกระบวนการที่เน้นการเลือกและประกอบองค์ประกอบเหล่านี้ในขั้นตอนหลังการผลิต โดยเน้นการซิงโครไนซ์และการปรับสมดุลเสียงกับองค์ประกอบภาพ

The Fiveable Content Team (2025) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียงไว้ดังนี้ การออกแบบสื่อเสียงแบบดิจิทัล (Digital sound design) คือกระบวนการสำคัญในการสร้างและปรับเปลี่ยนองค์ประกอบเสียงโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างการเล่าเรื่องในสื่อภาพ

การออกแบบเสียงเกี่ยวข้องกับการใช้เสียงประกอบ (sound effects) ดนตรี (music) และบทสนทนา (dialogue) เป้าหมายคือการผสมรวมองค์ประกอบเสียงเหล่านี้อย่างราบรื่นเพื่อช่วยกำหนดการรับรู้และการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ชมตลอดทั้งชิ้นงานสื่อ ด้วยการ

เครื่องมือดิจิทัล ทำให้นักออกแบบเสียงสามารถแก้ไขและปรับเปลี่ยนเสียงได้อย่างแม่นยำ ทำให้สามารถสร้างประสบการณ์เสียงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ได้

ทฤษฎีการออกแบบเสียงเน้นความแตกต่างระหว่างประเภทของเสียง ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิธีที่ผู้ชมรับรู้เรื่องราวและนัยยะทางอารมณ์:

1. เสียงในเรื่อง (Diegetic Sound): คือเสียงที่มีต้นกำเนิดจากภายในโลกของภาพยนตร์ ซึ่งหมายความว่าตัวละครในเรื่องสามารถได้ยินเสียงเหล่านั้นได้ ตัวอย่างได้แก่ บทสนทนา หรือเสียงสิ่งแวดล้อมรอบข้าง เสียงในเรื่องมีส่วนช่วยในการทำให้ผู้ชมรู้สึกผูกพันกับโลกของภาพยนตร์

2. เสียงนอกเรื่อง (Non-Diegetic Sound): คือเสียงที่ไม่ได้มีต้นกำเนิดจากโลกของเรื่องราว และตัวละครไม่สามารถได้ยิน ตัวอย่างทั่วไปคือ ดนตรีประกอบ หรือเสียงผู้บรรยาย เสียงนอกเรื่องทำหน้าที่ให้สัญญาณทางอารมณ์ที่สามารถเพิ่มความผูกพันของผู้ชมได้

การใช้งานเทคนิคและการปรับปรุง

1. การผสมผสานเสียง นักออกแบบเสียงจะผสมผสานเสียงทั้งประเภทในเรื่องและนอกเรื่องเพื่อสร้างภูมิทัศน์ทางเสียงที่สมบูรณ์ ซึ่งสนับสนุนการเล่าเรื่องด้วยภาพ การผสมผสานประเภทเสียงเหล่านี้ช่วยให้สามารถควบคุมปฏิกริยาของผู้ชมและเสริมการเล่าเรื่องได้

2. เทคโนโลยีดิจิทัล ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงแนวทางการออกแบบเสียงอย่างมาก โดยมอบเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถควบคุมองค์ประกอบเสียงได้อย่างแม่นยำและมีความคิดสร้างสรรค์ นักออกแบบเสียงสามารถใช้ซอฟต์แวร์ เช่น Pro Tools หรือ Adobe Audition เพื่อแก้ไขและปรับปรุงแทร็กเสียง นอกจากนี้ยังสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลในการซ้อนองค์ประกอบเสียงต่างๆ ทั้งบทสนทนา ดนตรี และเสียงประกอบ เพื่อให้เกิดผลกระทบสูงสุด

3 Foley (ฟอลลิย์) เป็นเทคนิคที่สำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบเสียงแบบดิจิทัล เพราะเป็นการสร้างเสียงประกอบในชีวิตประจำวันขึ้นมาใหม่ (เช่น เสียงฝีเท้า เสียงประตู หรือเสียงเสื้อผ้าเสียดสี) ซึ่งถูกเพิ่มเข้าไปในขั้นตอนหลังการผลิต เพื่อเพิ่มคุณภาพเสียงและความสมจริง การผสมผสาน Foley อย่างมีทักษะช่วยให้มั่นใจได้ว่าองค์ประกอบเสียงทั้งหมดจะส่งเสริมภาพและสร้างประสบการณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับผู้ชม

การออกแบบเสียงแบบดิจิทัลจึงเป็นส่วนสำคัญของภาพยนตร์สมัยใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อสร้างบรรยากาศและกระตุ้นอารมณ์ ทำให้เสียงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการถ่ายทอดประสบการณ์

Yellowbrick (2023) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียงไว้ดังนี้ การออกแบบสื่อเสียง (Sound Design) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างและควบคุมเสียงเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์โดยรวมและทำให้ผู้ชมดื่มด่ำไปกับเรื่องราวที่กำลังเล่าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิดีโอเกม และละครเวที

แนวคิดพื้นฐานและบทบาทของการออกแบบสื่อเสียง

1. การทำความเข้าใจพื้นฐาน การออกแบบสื่อเสียงคือกระบวนการของการสร้างสรรค์ การบันทึก และการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของเสียงเพื่อเสริมสร้างการเล่าเรื่อง (storytelling) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเลือกและตัดต่อเสียง การสร้างเอฟเฟกต์เสียง การออกแบบภูมิทัศน์เสียง (soundscapes) และการผสมผสานเข้ากับสื่อภาพอย่างราบรื่น

2. การสร้างบรรยากาศ บทบาทของนักออกแบบเสียงนอกเหนือไปจากการเลือกและตัดต่อเสียง โดยพวกเขาจะทำงานร่วมกับผู้กำกับและทีมงานสร้างสรรค์อื่น ๆ เพื่อทำความเข้าใจ วิสัยทัศน์และอารมณ์ของโครงการ พวกเขาต้องสร้างบรรยากาศเสียง (sonic atmosphere) ที่เสริมภาพ และช่วยเพิ่มผลกระทบทางอารมณ์ของฉากนั้น ๆ นอกจากนี้ยังทำงานร่วมกับศิลปิน Foley นักประพันธ์เพลง และวิศวกรเสียง เพื่อให้แน่ใจว่าประสบการณ์ด้านเสียงมีความสอดคล้องและดึงดูดใจ

3. บทบาทในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

- ภาพยนตร์และโทรทัศน์ ช่วยในการสร้างบรรยากาศ กำหนดช่วงเวลาสำคัญ และสร้างความรู้สึกสมจริง

- วิดีโอเกม อาศัยการออกแบบเสียงอย่างมากเพื่อให้ผู้เล่นดำดิ่งสู่โลกเสมือนจริงและเสริมการเล่นเกม

- ละครเวที: เพิ่มมิติและยกระดับประสบการณ์โดยรวมของผู้ชม

กระบวนการออกแบบเสียงประกอบด้วยหลายขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีส่วนช่วยในการสร้างประสบการณ์ด้านเสียงโดยรวม

1. การวิเคราะห์บท (Script analysis) นักออกแบบเสียงจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์บทเพื่อระบุโอกาสในการเสริมการเล่าเรื่องผ่านองค์ประกอบของเสียง

2. การสร้างชุดเสียง (Creating a sound palette) จากนั้นพวกเขาจะเลือกและบันทึกเสียงที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างชุดเสียงที่ใช้ในโครงการ

3. การตัดต่อและจัดเรียง (Editing and arranging) ขั้นตอนนี้คือการปรับเปลี่ยนและจัดเรียงเสียงเพื่อให้เข้ากับภาพ

4. การผสมและมาสเตอร์ (Mixing and mastering) ขั้นตอนสุดท้ายคือการผสมและมาสเตอร์เสียง เพื่อให้แน่ใจว่าองค์ประกอบเสียงทั้งหมดผสมผสานกันได้อย่างราบรื่นและลงตัว

ทักษะที่สำคัญสำหรับนักออกแบบเสียง ได้แก่ การมีความละเอียดรอบคอบในการฟัง (keen ear for detail), ทักษะทางเทคนิคที่แข็งแกร่งในการใช้ซอฟต์แวร์ตัดต่อเสียง (เช่น Pro Tools หรือ Logic Pro) และความเข้าใจที่มั่นคงในด้านทฤษฎีดนตรี เทคนิคการบันทึกเสียง และศาสตร์ (acoustics) นอกจากนี้ ทักษะในการสื่อสารและการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพก็มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำงานเป็นทีม

นักออกแบบเสียงใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างผลงานเสียง เช่น ไมโครโฟนคุณภาพสูง เครื่องบันทึกภาคสนาม (field recorders) คลังเสียง (sound libraries) ซอฟต์แวร์ตัดต่อเสียง (เช่น Adobe Audition หรือ Ableton Live) รวมถึงฮาร์ดแวร์อย่าง MIDI controllers และซินธิไซเซอร์เพื่อสร้างเสียงที่เป็นเอกลักษณ์และกำหนดเอง อาจกล่าวได้ว่าทฤษฎีการออกแบบเสียงก็เปรียบเสมือนพิมพ์เขียวทางสถาปัตยกรรม ที่ไม่เพียงแต่วางแผนโครงสร้าง (กระบวนการและเครื่องมือ) เท่านั้น แต่ยังรวมถึงความรู้สึกและบรรยากาศ (บทบาทและวัตถุประสงค์) ที่อาคารนั้น ๆ (ผลงานเสียง) จะมอบให้กับผู้ที่ใช้งานด้วย

จากที่มีผู้กล่าวถึง ทฤษฎีการออกแบบเสียง สามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการออกแบบเสียงเป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการสร้าง บันทึก และปรับแต่งองค์ประกอบของเสียงอย่างเป็นระบบ เพื่อถ่ายทอดสาระ ความรู้ และประสบการณ์ให้แก่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการศึกษาและสื่อดิจิทัลสมัยใหม่

ในเชิงพื้นฐาน สื่อเสียงมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การให้ข่าวสารและความรู้ การให้การศึกษา และการให้ความบันเทิง อย่างไรก็ตาม การออกแบบเสียงเพื่อการศึกษาจะให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดเนื้อหาสาระอย่างถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสมกับผู้เรียนมากกว่าด้านความบันเทิงเพียงอย่างเดียว การบันทึกเสียงเพื่อศึกษามีความสำคัญในการขยายโอกาสการเรียนรู้ไปสู่ผู้เรียนจำนวนมาก ช่วยยกระดับคุณภาพของเนื้อหา สามารถใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงทางวิชาการ และเอื้อให้ผู้เรียนสามารถทบทวนเนื้อหาได้หลายครั้งตามความต้องการ กระบวนการออกแบบเสียงเกี่ยวข้องกับการแปลงคลื่นเสียงจากแหล่งกำเนิดให้เป็นสัญญาณในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งเชิงกล เชิงแม่เหล็กไฟฟ้า และดิจิทัล เพื่อให้สามารถบันทึก แก้ไข และนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบทของการออกแบบเสียงสมัยใหม่ องค์ประกอบเสียงหลักประกอบด้วย เสียงพูด ดนตรี เอฟเฟกต์เสียง เสียงบรรยากาศ และการเปลี่ยนผ่านของเสียง ซึ่งต้องถูกผสมผสานกันอย่างเหมาะสมเพื่อสร้างประสบการณ์การรับฟังที่สมบูรณ์ การออกแบบเสียงยังให้ความสำคัญกับ

ประเภทของเสียง ได้แก่ เสียงที่อยู่ภายในเรื่องและเสียงที่อยู่นอกเรื่อง ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ ความสมจริง และการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้รับสาร เสียงจึงไม่เพียงทำหน้าที่ประกอบภาพหรือเนื้อหาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการกำหนดอารมณ์ บอกเล่าเรื่องราว เสริมสร้างความเข้าใจ และสร้างเอกลักษณ์ให้กับสื่อ ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการออกแบบสื่อเสียง ทำให้สามารถปรับแต่ง ผสมผสาน และควบคุมองค์ประกอบเสียงได้อย่างแม่นยำ กระบวนการออกแบบเสียงโดยทั่วไปประกอบด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การเลือกและสร้างชุดเสียง การตัดต่อจัดเรียง และการผสมเสียงขั้นสุดท้าย เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

โดยสรุป ทฤษฎีการออกแบบสื่อเสียงเป็นแนวทางที่ช่วยให้การผลิตสื่อเสียงมีโครงสร้างและทิศทางที่ชัดเจน ส่งเสริมการสื่อสาร การเรียนรู้ และการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายแก่ผู้รับสาร ทั้งในด้านการศึกษาและอุตสาหกรรมสื่อร่วมสมัย

2.1. หลักการผลิตสื่อเสียง

มีผู้กล่าวถึง หลักการผลิตสื่อเสียง ไว้ดังนี้

true ปลูกปัญญา (2567) ได้กล่าวถึง หลักการผลิตสื่อเสียงไว้ดังนี้ การผลิตสื่อเสียงสำหรับพอดแคสต์ (Podcast) ให้มีคุณภาพเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดใจผู้ฟัง พอดแคสต์ที่ดีต้องมีทั้งเนื้อหาที่น่าสนใจและคุณภาพเสียงที่ดี เพื่อให้ผู้ฟังกลับมาฟังซ้ำอีกครั้ง การผลิตสื่อเสียงที่มีคุณภาพต้องใช้ความพยายามและการวางแผนอย่างรอบคอบในทุกขั้นตอน

หลักการสำคัญในการผลิตสื่อเสียงสำหรับพอดแคสต์มีดังนี้:

1. เลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสม

- การเริ่มต้นผลิตงานที่มีคุณภาพควรเริ่มจากการเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสม
- ไมโครโฟนที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการบันทึกเสียง
- ควรเลือกใช้ไมโครโฟนคุณภาพสูง เช่น ไมโครโฟนคอนเดนเซอร์ หรือ ไมโครโฟนไดนามิก เพื่อให้เสียงที่บันทึกมีความชัดเจนและเต็มเสียง

2. สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

- สภาพแวดล้อมในการบันทึกเสียงมีผลต่อคุณภาพเสียงอย่างมาก
- ควรเลือกห้องที่มีเสียงรบกวนต่ำและมีการควบคุมเสียงสะท้อน
- อาจใช้วัสดุต่างๆ เช่น ผ้าหรือฟองน้ำ เพื่อช่วยดูดซับเสียงสะท้อน ทำให้เสียงที่บันทึกมีคุณภาพดีขึ้น

3. การวางแผนเนื้อหา

- การวางแผนเนื้อหาก่อนการบันทึกเป็นสิ่งสำคัญ
- ควรมีโครงสร้างที่ชัดเจน เช่น การตั้งคำถามหลัก การแบ่งหัวข้อ และการเตรียมเนื้อหาที่ต้องการพูด

- การมีแผนจะช่วยให้คุณสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและราบรื่น

4. เทคนิคการบันทึกเสียง

- ในระหว่างการบันทึกเสียง ควรให้ความสำคัญกับการตั้งค่าระดับเสียงให้เหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดการเสียงแตก

- ควรตรวจสอบระดับเสียงให้มีความสมดุล

- ควรใช้เทคนิคการพูดที่ทำให้เสียงฟังดูเป็นธรรมชาติ ไม่เร่งรีบและมีจังหวะที่

ดี

5. การตัดต่อและมิกซ์เสียง

- หลังจากบันทึกเสียงเสร็จแล้ว ขั้นตอนนี้จะช่วยให้คุณปรับคุณภาพเสียงขึ้น

- ใช้ซอฟต์แวร์ตัดต่อเสียง เช่น Audacity หรือ Adobe Audition เพื่อแก้ไขเสียงที่ไม่ต้องการ

- ทำการปรับแต่งเสียงให้มีความสมดุล และเพิ่มเพลงประกอบหรือเสียงเอฟเฟกต์เพื่อสร้างบรรยากาศ

การให้ความสำคัญกับแต่ละขั้นตอนเหล่านี้จะช่วยให้คุณสร้างพอดแคสต์ที่น่าสนใจและมีคุณภาพสูง ซึ่งจะทำให้ผู้ฟังติดตามและกลับมาฟังอีกครั้ง

b online learning (2025) ได้กล่าวถึง หลักการผลิตสื่อเสียงไว้ดังนี้ หลักการสำคัญในการผลิตสื่อเสียงบรรยาย เน้นที่การสร้างสคริปต์ที่สามารถถ่ายทอดความอบอุ่น อารมณ์ และความชัดเจน เพื่อนำทางผู้ฟังผ่านแนวคิดต่าง ๆ การผลิตเสียงที่ดีเยี่ยมเริ่มต้นจากสคริปต์ที่เขียนอย่างดี โดยต้องเข้าใจว่าคำพูดเหล่านี้จะถูกได้ยิน ไม่ใช่ อ่าน ดังนั้น จังหวะ น้ำเสียง และการไหลของเรื่อง จึงมีความสำคัญพอ ๆ กับความถูกต้องของเนื้อหา การบรรยายมีพลังในการเพิ่มความ เป็นมนุษย์ให้กับเนื้อหา แต่หากสคริปต์มีความหนาแน่น เนื้อหาแข็งทื่อ หรือไม่สอดคล้องกับภาพ จะทำให้เกิดภาวะทางความคิดมากเกินไป และทำให้ผู้ฟังเลิกฟังเสียงไปเลย

หลักการสำคัญในการเขียนสคริปต์เพื่อการผลิตสื่อเสียง

1. การออกแบบสคริปต์เพื่อการได้ยิน สคริปต์ที่ดีควรให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ ชวนพูดคุย และชัดเจน เหมือนมีใครกำลังอธิบายให้ฟัง ไม่ใช่การอ่าน

- ใช้ภาษาพูดที่เป็นธรรมชาติ ใช้ภาษาที่เรียบง่ายและใช้ในชีวิตประจำวัน หลีกเลี่ยงภาษาที่ซับซ้อนหรือไม่เป็นธรรมชาติ

- พูดกับผู้ฟังโดยตรง ควรพูดโดยตรงถึงผู้ฟัง โดยใช้คำสรรพนามที่เหมาะสม

- ประโยคสั้นและชัดเจน ควรคิดเป็นประโยคสั้น ๆ โดยให้มีแนวคิดเดียวต่อหนึ่งประโยค เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ฟังต้องย้อนกลับไปฟังซ้ำเพื่อทำความเข้าใจความหมาย

2. การวางแผนและการกำหนดจังหวะ การวางแผนก่อนเริ่มเขียนช่วยควบคุมการไหลของเนื้อหาและความยาวของเสียง

- รู้จักกลุ่มเป้าหมาย น้ำเสียงและภาษาที่ใช้ต้องเหมาะสมกับผู้ฟัง โดยเลือกสำนวนที่พวกเขาจะใช้ในการสนทนา

- การประมาณระยะเวลา โดยทั่วไป สคริปต์ความยาว 125–150 คำ จะใช้เวลาบรรยายประมาณ 1 นาที และควรรักษาสัดส่วนความยาวต่อส่วน (หน้าจอหรือฉาก) ไว้ที่ประมาณ 45–60 วินาที

- การเว้นจังหวะ ควรเขียนโดยกำหนดความเร็วที่ช้ากว่าการพูดปกติ เพื่อให้มีช่องว่างสำหรับการหยุดพักและการเปลี่ยนฉาก

- ใส่เครื่องหมายหยุดพัก: เพิ่ม [PAUSE] ในสคริปต์ ณ จุดที่ผู้ฟังต้องการเวลาซึมซับข้อมูล หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของภาพ

3. ความสอดคล้องระหว่างเสียงและภาพ การบรรยายควรสนับสนุนภาพ ไม่ใช่แข่งขันกับภาพ

- เสริมซึ่งกันและกัน เสียงและภาพควรเสริมความหมายซึ่งกันและกัน

- อย่าอ่านข้อความบนหน้าจอซ้ำ ควรใช้การบรรยายเพื่อสรุป อธิบาย หรือขยายความสิ่งที่แสดงอยู่บนหน้าจอ การได้ยินและอ่านประโยคเดียวกันจะทำให้ความสนใจถูกแบ่งแยก

- การจับเวลา ควรจับเวลาการบรรยายให้ตรงกับแอนิเมชันหรือการเปิดเผยข้อมูลที่ละขั้นตอน การเขียนโดยไม่ดูโครงสร้างภาพอาจทำให้จังหวะไม่ตรงกัน

- ใช้ความเงียบ ความเงียบสามารถมีพลัง โดยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้คิดหรือโต้ตอบ หลีกเลี่ยงการบรรยายมากเกินไป

4. น้ำเสียง บุคลิกภาพ และคุณภาพ การบรรยายที่ดีที่สุดอาจสูญเสียผลกระทบหากถูกบันทึกในพื้นที่ที่มีเสียงดัง

- น้ำเสียง ควรใช้น้ำเสียงที่เป็นมิตร มั่นใจ และเป็นมืออาชีพ
- บุคลิกภาพ ควรเขียนร่วมกับกำลังอธิบายให้เพื่อนร่วมทีมใหม่ฟัง มีความเป็นกันเอง ให้กำลังใจ และเข้าถึงได้

- การอ่านออกเสียงก่อนบันทึก ควรอ่านสคริปต์ออกมาดัง ๆ เพื่อตรวจสอบจังหวะ น้ำเสียง และการหยุดพักตามธรรมชาติ

- คำแนะนำสำหรับผู้บรรยาย หากมีการใช้ผู้ให้เสียงมืออาชีพ ควรสอดแทรกคำแนะนำเกี่ยวกับน้ำเสียงไว้ในสคริปต์

- คุณภาพเสียง ควรมีการตรวจสอบเทคนิคการใช้ไมโครโฟน และคุณภาพเสียงก่อนการบันทึก

โดยรวมแล้ว การเขียนสคริปต์เสียงที่มีประสิทธิภาพคือการออกแบบเส้นทางเสียงที่สอดคล้องกับการไหลของเนื้อหา เมื่อทำได้ดี การบรรยายจะช่วยเพิ่มความอบอุ่นและการเชื่อมโยงกับมนุษย์ ทำให้เนื้อหาที่อยู่นิ่งกลายเป็นประสบการณ์ที่มีคนนำทางและมีชีวิตชีวา

Bangkok Productions (2565) ได้กล่าวถึง หลักการผลิตสื่อเสียงไว้ดังนี้ หลักการผลิตสื่อเสียงที่สำคัญ (Sound Design & Engineering) ถูกออกแบบมาเพื่อให้ภาพรวมของวิดีโอสมบูรณ์แบบ เพราะเสียงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดอารมณ์และเล่าเรื่องราวทั้งหมดที่อยู่ในวิดีโอ การออกแบบเสียงที่ดีจะช่วยยกระดับงานโปรดักชันเชิงพาณิชย์ให้มีความเป็นมืออาชีพ และช่วยให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นแตกต่างจากวิดีโอออนไลน์อื่น ๆ

หลักการและกระบวนการสำคัญในการผลิตสื่อเสียง ประกอบด้วย

1. การออกแบบเสียง (Sound Design)

- ความสำคัญและการสื่ออารมณ์ การออกแบบเสียงที่ดี การตัดต่อ และการทำดนตรีประกอบ สามารถทำให้วิดีโอออกมาดูดีได้ ทีม Sound Engineer จะใช้เทคนิคและการปรับแต่งเสียงเพื่อสื่อถึงอารมณ์ของฉากและทำให้ผู้ชมมีปฏิกิริยาตอบสนองตามที่ต้องการ ตัวอย่างเช่น การเลือกใส่เสียงประกอบแนวหนังระทึกขวัญเพื่อสร้างความรู้สึกคาดเดาให้กับคนดู

- องค์ประกอบเสียง ทีม Sound Engineer สามารถปรับแต่งเสียงในแต่ละลำดับภาพ ด้วยการเพิ่มและปรับแต่งองค์ประกอบเสียงต่าง ๆ จากคลังซาวด์เอฟเฟกต์และดนตรีประกอบขนาดใหญ่

2. องค์ประกอบเฉพาะทาง (SFX, Composition / Music, Voice-Over)

- ชาวดีเอฟเฟกต์ มีการใช้ทั้งความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับการใส่เสียงชาวดีเอฟเฟกต์ Foley ให้สมจริงในฉาก และเข้าถึงคลังเสียงมาตรฐานขนาดใหญ่ที่สามารถใช้ได้ในการทำงาน ตั้งแต่งานโปรดักชันออนไลน์ไปจนถึงงานระดับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

- ดนตรีประกอบ เป็นการรังสรรค์ชาวดีแทร็กที่สมบูรณ์แบบให้กับวิดีโอ หากไม่มีไอเดีย ทีมงานสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ไม่เหมือนใครและสดใหม่ให้กับงานโปรดักชัน นอกจากนี้ยังสามารถใช้เพลงที่มีลิขสิทธิ์จากแคตาล็อกเพื่อผลิตงานโดยไม่ติดเรื่องลิขสิทธิ์

- เสียงพากย์และการบันทึกเสียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการบันทึกเสียงที่หลากหลาย ตั้งแต่เสียงพากย์ เสียงเครื่องดนตรี ไปจนถึงเสียงชาวดีเอฟเฟกต์ Foley นอกจากนี้ยังมีบริการด้านเสียงอื่น ๆ เช่น การบันทึกเสียง ในสถานที่ถ่ายทำ การทำความสะอาด บทสนทนา และ ADR (Automated Dialogue Replacement)

3. การมิกซ์เสียง (Mixing)

- วัตถุประสงค์การมิกซ์เสียงจะช่วยให้โปรเจกต์ของคุณเหนือกว่าการออกแบบเสียงธรรมดา ๆ ทีมงานสามารถมิกซ์เสียงได้ทั้งหมดเพื่อให้มั่นใจว่าวิดีโอจะสร้างสรรค์ความรู้สึกได้ตรงกับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ

- รูปแบบการมิกซ์ การมิกซ์เสียงสามารถทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึง การมิกซ์เสียงด้วยระบบเสียงสเตอริโอรอบทิศทาง 5.1

4. การมาสเตอร์ (Mastering)

- ความสำคัญและขั้นตอนสุดท้าย การทำมาสเตอร์ คือการปรับแต่งเสียงในขั้นตอนสุดท้าย และถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการตัดต่อ วิดีโอที่ตัดต่ออย่างมืออาชีพจะไม่มีทางสมบูรณ์แบบได้จนกว่าดนตรีและเสียงจะผ่านการมาสเตอร์

- การปรับแต่ง การมาสเตอร์ทำให้เสียงดูเป็นมืออาชีพยิ่งขึ้น และสามารถทำมาสเตอร์ให้ตรงกับข้อกำหนดต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ วิทยุ และช่องทางออนไลน์

- รายละเอียดในกระบวนการมาสเตอร์ ขั้นตอนนี้ทำให้วิดีโอมีเสียงที่คมชัด น่าสนใจ และสั้นไหลไปกับเนื้อหา ซึ่งรวมถึง

- การปรับแต่งระดับเสียง และความเสถียรของระดับเสียง

- ลดเสียงรบกวนจากบรรยากาศ

- ปรับแก้ความบกพร่องของเสียง และ เพิ่มความชัดเจนของเสียง

- การปรับ ระดับความกว้างของเสียงสเตอริโอ และ การใส่เสียง

บรรยากาศ

- การตั้งลิมิตระดับเสียงสูงสุด

หลักการผลิตสื่อเสียงที่ครบถ้วนนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่องานโปรดักชันที่หลากหลาย เช่น งานที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์, วิดีโอออนไลน์ วิดีโอฝึกอบรมภายในองค์กร สารคดี รายการทางวิทยุ ภาพยนตร์ และมีวสิกวิดีโอ

Nimrod Kramer (2024) ได้กล่าวถึง หลักการผลิตสื่อเสียงไว้ดังนี้ การออกแบบเสียง (Sound Design) ที่ดีถือเป็นหลักการสำคัญในการผลิตสื่อเสียง โดยเฉพาะพอดคาสต์ เพื่อให้รายการโดดเด่นและดึงดูดผู้ฟัง การออกแบบเสียงที่ดีสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ฟังได้มากถึง 35% และเพิ่มการจดจำแบรนด์ได้ถึง 96%

หลักการสำคัญของการผลิตสื่อเสียง มีดังนี้

1. องค์ประกอบพื้นฐานและเสียงพูดที่ชัดเจน การออกแบบเสียงที่ดีมีเป้าหมายในการสร้างประสบการณ์ที่ดื่มด่ำซึ่งทำให้ผู้ฟังติดใจ และเสียงพูดที่ชัดเจนถือเป็นรากฐานของการออกแบบเสียงพอดคาสต์

- คุณภาพการบันทึก: ต้องใช้ไมโครโฟนที่มีคุณภาพและเทคนิคการบันทึกที่เหมาะสม,

- สภาพแวดล้อม บันทึกเสียงในพื้นที่ที่เงียบ และตัดเสียงรบกวนรอบข้างออก

- การปรับปรุงเสียงพูด ใช้การปรับความถี่เสียงเพื่อเพิ่มความชัดเจนของเสียง, โดยการตัดความถี่ต่ำ และเพิ่มความชัดเจนเล็กน้อยที่ประมาณ 3 KHz

- การปรับระดับเสียง ใช้การบีบอัดเพื่อปรับระดับเสียงพูดให้สม่ำเสมอ, ซึ่งทำให้ส่วนที่เบาและดังฟังง่ายขึ้น

2. การใช้องค์ประกอบเสียงเสริม การเพิ่มเสียงพื้นหลัง ดนตรี และเอฟเฟกต์เสียง จะช่วยเพิ่มมิติและทำให้เรื่องราวมีชีวิตชีวา แต่ควรใช้อย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้รบกวนเนื้อหาหลัก

- เสียงพื้นหลัง ควรใช้เสียงแวดล้อมอย่างละเอียดอ่อนเพื่อสร้างบรรยากาศ โดย รักษาให้ระดับเสียงต่ำ และเลือนเสียงเข้าออกอย่างนุ่มนวล และเสียงที่ใช้ต้องเข้ากับบรรยากาศของพอดคาสต์

- ดนตรี

- เลือกดนตรีที่เข้ากับบรรยากาศของรายการ เช่น ใช้เพลงบรรเลง แทนเพลงที่มีเนื้อร้อง เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเสียสมาธิ

- ใช้คิลิปสั้นๆ สำหรับอินโทรและการเปลี่ยนฉาก

- ลดระดับเสียงดนตรีลงเมื่อมีการพูดคุย

- ต้องตรวจสอบเรื่อง ลิขสิทธิ์และการอนุญาต ให้ถูกต้อง เช่น การใช้เพลง Royalty-free หรือ Creative Commons

- เอฟเฟกต์เสียง ใช้เพื่อเน้นช่วงเวลาสำคัญ หรือกำหนดฉาก เช่น เสียงคลื่นทะเลสำหรับฉากชายหาด เอฟเฟกต์เสียงควรเสริมเนื้อหา ไม่ใช่สร้างความรำคาญ

3. เทคนิคการบันทึกและอุปกรณ์ที่จำเป็น การจับเสียงคุณภาพสูงตั้งแต่ต้นมีความสำคัญ เพราะ Garbage in, garbage out หรือ ถ้าอินพุตไม่ดี เอาต์พุตก็จะแย่

- ไมโครโฟน มีหลายประเภท เช่น Dynamic ดีสำหรับห้องที่มีเสียงรบกวน และ Condenser คุณภาพเสียงดีกว่า แต่รับเสียงรบกวนได้มากกว่า หรือ USB สำหรับมือใหม่ และ XLR สำหรับมืออาชีพ

- ตำแหน่งไมโครโฟน เพื่อให้ได้เสียงที่ดีที่สุด ควรวางไมโครโฟนให้ห่างจากปาก 6-8 นิ้ว และเอียงเล็กน้อยเพื่อลดเสียงระเบิด

- หูฟัง ควรใช้หูฟังแบบปิดด้านหลัง เพื่อช่วยให้ได้ยินเสียงที่กำลังบันทึก

- การจัดแจงห้อง ควรเลือกห้องที่อยู่ห่างจากเสียงรบกวน และใช้สิ่งของที่อ่อนนุ่ม เช่น ผ้าห่มหรือหมอน เพื่อซึ่มซับเสียงและลดเสียงสะท้อน

4. การตัดต่อและการปรับปรุงคุณภาพเสียง การตัดต่อเป็นขั้นตอนที่ทำให้เสียงดิบกลายเป็นพอดคาสต์ที่สมบูรณ์แบบ

- การทำความสะอาดเสียง ตัดคำพูดที่ไม่จำเป็น ช่วงหยุดยาว ความผิดพลาด และเสียงรบกวนพื้นหลังออก

- การรวมหลายแทร็ก จัดระเบียบองค์ประกอบต่างๆ เช่น เสียงโฮสต์ เสียงแขก คนตรี และเอฟเฟกต์เสียง ควรใช้ Crossfades เพื่อให้การเปลี่ยนระหว่างแทร็กราบรื่น

- การปรับระดับเสียงให้สมดุล ความสม่ำเสมอของระดับเสียงเป็นสิ่งสำคัญ ใช้การบีบอัด เพื่อปรับช่วงเสียง และ กำหนดเป้าหมายความดังที่ -16 LUFS สำหรับแพลตฟอร์มส่วนใหญ่

- การแก้ไขปัญหาเสียง หากมีปัญหาเสียงรบกวน ให้ใช้ซอฟต์แวร์ลดเสียงรบกวน หรือถ้าเสียงดังเบาไม่เท่ากัน ให้ใช้ Compression หรือ Volume Automation

5. ความสม่ำเสมอของคุณภาพเสียง เพื่อให้พอดคาสต์ดูเป็นมืออาชีพ คุณภาพเสียงต้องสม่ำเสมอในทุกตอน

- สร้างแนวทางปฏิบัติ กำหนดกฎที่ชัดเจนสำหรับการออกแบบเสียง เช่น กำหนดความดังเป้าหมาย เลือกเพลงอินโทร/เอาต์โทร และการตั้งค่าการประมวลผลเสียงพูด

- การตรวจสอบเสียง ควรตรวจสอบคุณภาพเสียงบนอุปกรณ์ต่างๆ เช่น หูฟัง ลำโพง และวิทยุในรถยนต์ ก่อนเผยแพร่เสมอ

- ใช้รูปแบบเดิม ควรบันทึกในทีเดิมทุกครั้ง และใช้เทมเพลตเสียงและการตั้งค่า EQ/Compression ชุดเดิมสำหรับทุกเสียง

หลักการผลิตสื่อเสียงนี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างบ้าน ซึ่ง เสียงพูดที่ชัดเจนคือ ฐานราก, ส่วนดนตรีและเอฟเฟกต์เสียงคือเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งที่ช่วยเพิ่มบรรยากาศ โดยที่ การตัดต่อคือการจัดวางและปรับปรุงทุกอย่างให้เข้าที่และอยู่ในระดับที่เหมาะสม

จากที่มีผู้กล่าวถึง หลักการผลิตสื่อเสียง สามารถสรุปได้ว่า หลักการผลิตสื่อเสียงเป็น กระบวนการสำคัญในการสร้างผลงานที่มีคุณภาพ สามารถสื่อสารเนื้อหาได้อย่างชัดเจน มี ประสิทธิภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟัง โดยเฉพาะในบริบทของพอดแคสต์และสื่อดิจิทัล ซึ่ง สามารถสรุปแนวคิดและหลักการสำคัญได้ดังนี้

1. การเลือกใช้อุปกรณ์และการเตรียมสภาพแวดล้อม การผลิตสื่อเสียงที่มี คุณภาพต้องเริ่มจากการเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสม โดยเฉพาะไมโครโฟนที่สามารถบันทึกเสียงได้ อย่างชัดเจน รวมถึงอุปกรณ์เสริม เช่น หูฟังและเครื่องบันทึกเสียง นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมใน การบันทึกเสียงต้องมีเสียงรบกวนต่ำ และมีการควบคุมเสียงสะท้อน เพื่อให้ได้เสียงที่สะอาดและ ฟังง่ายตั้งแต่ขั้นตอนแรกของการผลิต

2. การวางแผนเนื้อหาและการเขียนสคริปต์ การวางแผนเนื้อหาก่อนการบันทึก เป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสื่อเสียงที่มีประสิทธิภาพ เนื้อหาควรมีโครงสร้างที่ชัดเจน ลำดับ เรื่องราวเหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสื่อ การเขียนสคริปต์สำหรับการฟังควรใช้ ภาษาที่เป็นธรรมชาติ ชัดเจน กระชับ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงจังหวะ น้ำเสียง การเว้นช่วง และการไหลของเนื้อหา เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเกิดภาวะทางความคิดหรือรู้สึกเบื่อหน่าย

3. เทคนิคการบันทึกเสียง ในขั้นตอนการบันทึกเสียง ควรให้ความสำคัญกับการ ตั้งค่าระดับเสียงให้เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงเสียงแตกหรือเสียงเบาเกินไป ผู้บรรยายควรใช้น้ำเสียง ที่เป็นธรรมชาติ มีจังหวะการพูดที่เหมาะสม และควบคุมบุคลิกภาพของเสียงให้สอดคล้องกับ ลักษณะของเนื้อหาและผู้ฟัง

4. การตัดต่อ การออกแบบเสียง และการมิกซ์เสียง หลังการบันทึกเสียง ขั้นตอน การตัดต่อและออกแบบเสียงมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพของสื่อเสียง โดย ประกอบด้วยการตัดเสียงที่ไม่จำเป็น การลดเสียงรบกวน การปรับสมดุลระดับเสียง และการเพิ่ม

องค์ประกอบเสียงเสริม เช่น ดนตรีและเสียงเอฟเฟกต์อย่างเหมาะสม การมิกซ์และมาสเตอร์เสียงช่วยให้เสียงมีความสม่ำเสมอ ชัดเจน และเป็นไปตามมาตรฐานการเผยแพร่ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ

5. ความสม่ำเสมอและคุณภาพโดยรวม การรักษามาตรฐานคุณภาพเสียงให้สม่ำเสมอในทุกตอนเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนความเป็นมืออาชีพของสื่อเสียง ควรกำหนดแนวทางการผลิตที่ชัดเจน เช่น ระดับความดัง รูปแบบเสียงอินโทรและเอาท์โทร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพเสียงผ่านอุปกรณ์หลายประเภทก่อนเผยแพร่

โดยสรุป หลักการผลิตสื่อเสียงที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมตั้งแต่การเตรียมอุปกรณ์และสภาพแวดล้อม การวางแผนและออกแบบเนื้อหา การบันทึกเสียงอย่างมีเทคนิค ไปจนถึงการตัดต่อและปรับปรุงคุณภาพเสียงอย่างเป็นระบบ ซึ่งทั้งหมดนี้มีส่วนช่วยให้สื่อเสียงมีความชัดเจน น่าสนใจ และสามารถถ่ายทอดสารได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อผู้ฟัง

2.2 การเรียนรู้ด้วยการฟัง

มีผู้กล่าวถึง การเรียนรู้ด้วยการฟัง ไว้ดังนี้

Funderstanding (2024) ได้กล่าวถึง การเรียนรู้ด้วยการฟัง ไว้ดังนี้ การเรียนรู้ด้วยการฟัง (Aural learning) หรือที่รู้จักกันในชื่อ auditory learning เป็นวิธีการที่เฉพาะเจาะจงและมีประสิทธิภาพในการได้มาซึ่งความรู้และทักษะโดยการมุ่งเน้นไปที่การฟังและการได้ยิน การเรียนรู้รูปแบบนี้อาศัยประสาทสัมผัสทางการได้ยินเป็นหลักในการรับและประมวลผลข้อมูล

การเรียนรู้ด้วยการฟังเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับความรู้ผ่านการฟังการบรรยาย การบันทึกเสียง การสนทนา หรือการสื่อสารด้วยวาจาในรูปแบบใด ๆ โดยการใช้ประสาทสัมผัสในการได้ยิน ผู้เรียนด้วยการฟังจะสามารถเข้าใจและเก็บรักษาข้อมูลได้ดีขึ้น

- การเรียนรู้ด้วยการฟังถูกกำหนดให้เป็นกระบวนการเรียนรู้ผ่านการได้ยินและการฟัง ซึ่งรวมถึงการใช้เสียง ภาษาพูด และคำพูดเพื่อทำความเข้าใจและประมวลผลข้อมูล ผู้เรียนด้วยการฟังมีความถนัดตามธรรมชาติในการประมวลผลข้อมูลในรูปแบบการฟัง

- งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้ด้วยการฟังเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการเก็บรักษาและการประมวลผลข้อมูล สมองส่วน auditory cortex มีบทบาทสำคัญในการประมวลผลสิ่งเร้าทางการได้ยินและแปลงเป็นข้อมูลที่มีความหมาย กระบวนการนี้ช่วยเสริมความสามารถในการระลึกความจำและความสามารถในการทำความเข้าใจแนวคิดที่ซับซ้อน

การเรียนรู้ด้วยการฟังมอบข้อได้เปรียบมากมายที่ส่งผลดีต่อบุคคลในด้านต่าง ๆ ของชีวิต รวมถึงการศึกษาและการทำงาน

1. การเสริมสร้างความจำ ประโยชน์สำคัญอย่างหนึ่งคือความสามารถในการเสริมสร้างความจำ การฟังข้อมูลอย่างกระตือรือร้นจะสร้างการเชื่อมต่อของระบบประสาทที่แข็งแกร่งขึ้นในสมอง ซึ่งช่วยปรับปรุงความสามารถในการระลึกข้อมูลในภายหลัง

2. การปรับปรุงทักษะการฟัง การเรียนรู้ด้วยการฟังช่วยปรับปรุงทักษะการฟังตามธรรมชาติ การมีส่วนร่วมในการฝึกฟังอย่างสม่ำเสมอช่วยให้ผู้เรียนด้วยการฟังพัฒนาความสามารถในการมุ่งเน้นและทำความเข้าใจภาษาพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทักษะนี้ช่วยทั้งในด้านการศึกษาและเสริมสร้างการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3. การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ เมื่อฟังเรื่องราว การบรรยาย หรือการสนทนา ผู้เรียนจะมีโอกาสที่จะเห็นภาพและสร้างสถานการณ์ในใจจากคำพูดที่ได้ยิน กระบวนการนี้ช่วยเพิ่มทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา

4. การได้มาซึ่งภาษา เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับการได้มาซึ่งภาษา การฟังเจ้าของภาษาช่วยให้ผู้เรียนรับรู้ความแตกต่างเล็กน้อยในการออกเสียง ระดับเสียง และจังหวะที่อาจไม่ได้รับจากการอ่านเอกสารเพียงอย่างเดียว

5. การเชื่อมโยงทางอารมณ์ ผู้เรียนสามารถสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นกับเนื้อหาที่น่าเสนอ การผันเสียง น้ำเสียง และการเน้นของผู้พูดสามารถถ่ายทอดความแตกต่างทางอารมณ์ที่ช่วยเพิ่มความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของผู้ฟังได้

การเรียนรู้ด้วยการฟังสามารถนำไปใช้ได้หลายบริบท

- ในด้านการศึกษา การบรรยาย การบันทึกเสียง และการสนทนาในชั้นเรียน ให้โอกาสผู้เรียนด้วยการฟังในการฟังและมีส่วนร่วมกับเนื้อหาได้อย่างกระตือรือร้น สิ่งนี้ช่วยให้นักเรียนเข้าใจและเก็บรักษาข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นำไปสู่ผลการเรียนที่ดีขึ้น นอกจากนี้ การนำองค์ประกอบการฟังมาใช้ในการวางแผนบทเรียนสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ครอบคลุมและมีพลวัตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักเรียนที่ประสบปัญหาในการอ่านหรือการเรียนรู้ด้วยภาพ

- ในสถานที่ทำงาน การประชุม การนำเสนอ และการสนทนากลุ่มเป็นโอกาสที่ผู้เรียนด้วยการฟังจะประสบความสำเร็จ ความสามารถของพวกเขาในการรับข้อมูลผ่านการฟังสามารถนำไปสู่คำแนะนำที่ชัดเจนยิ่งขึ้น การทำงานเป็นทีมที่เพิ่มขึ้น และการแก้ปัญหาที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการทำงานร่วมกัน

เทคนิคสำหรับการเรียนรู้ด้วยการฟังอย่างมีประสิทธิภาพ บุคคลสามารถใช้เทคนิคเฉพาะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพประสบการณ์การเรียนรู้ของตนได้

- กลยุทธ์การฟังอย่างกระตือรือร้น (Active Listening): เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่โดยการมุ่งเน้นไปที่ผู้พูด หลีกเลี่ยงสิ่งรบกวน และ สรุปหรือจดบันทึกประเด็นสำคัญในใจ นอกจากนี้ยังรวมถึงการถามคำถามเพื่อชี้แจง การเชื่อมโยงข้อมูลใหม่กับความรู้ที่มีอยู่ และการมีส่วนร่วมในการสนทนาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการฟัง

- การใช้เครื่องมือและแหล่งข้อมูลเสียง: ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ผู้เรียนด้วยการฟังสามารถใช้เครื่องมือและแหล่งข้อมูลเสียงต่าง ๆ ได้ เช่น พอดแคสต์ หนังสือเสียง การบรรยายออนไลน์ และแอปพลิเคชันเรียนภาษา สิ่งเหล่านี้ช่วยให้เข้าถึงเนื้อหาเสียงมากมายที่ตอบสนองความต้องการและความชอบในการเรียนรู้ของพวกเขา

การเอาชนะความท้าทาย เช่นเดียวกับรูปแบบการเรียนรู้อื่น ๆ การเรียนรู้ด้วยการฟังมีความท้าทายที่สามารถเอาชนะได้ด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสม

- การจัดการกับสิ่งรบกวน: สิ่งรบกวนภายนอกอาจขัดขวางการโฟกัส สิ่งสำคัญคือต้องสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้ออำนวยโดยการลดเสียงรบกวนภายนอก การใช้หูฟังตัดเสียงรบกวน หรือการหาพื้นที่เรียนที่เงียบสงบสามารถช่วยลดสิ่งรบกวนได้อย่างมาก การฝึกหายใจลึก ๆ หรือการทำสมาธิก็เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการช่วยให้จิตใจตั้งมั่นได้

การปรับปรุงสมาธิ: เพื่อรักษาสมาธิระหว่างการฟังเป็นเวลานาน ควรหยุดพักสั้น ๆ ฝึกสติ และใช้เทคนิคเช่น การจดบันทึก เพื่อให้จิตใจมีส่วนร่วม การรวมอุปกรณ์ช่วยจำ (mnemonic devices) หรือการสร้างการเชื่อมโยงทางจิตกับข้อมูลการฟังสามารถช่วยในการเก็บรักษาและความสนใจ

การเรียนรู้ด้วยการฟังจึงเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่มีคุณค่าและมีประสิทธิภาพ ซึ่งควบคุมพลังของการฟังและการได้ยินเพื่อรับความรู้

Bay Atlantic University (2024) ได้กล่าวถึง การเรียนรู้ด้วยการฟัง ไว้ดังนี้ การเรียนรู้ด้วยการฟัง (Auditory Learning) เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้คนเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยการฟัง ผู้เรียนประเภทนี้จะชอบฟังข้อมูลมากกว่าการอ่านในรูปแบบข้อความ และจะมุ่งเน้นไปที่การฟังหรือการพูดเพื่อประมวลผลข้อมูล หากคุณเป็นคนที่มักจะจำชื่อที่ได้ยินได้แม้จะไม่ได้ยินมานานหลายปี แต่จำใบหน้าของผู้คนไม่ได้ คุณอาจเป็นผู้เรียนด้วยการฟัง ซึ่งหมายความว่าเสียงมีความหมายกับคุณมากกว่าคนส่วนใหญ่

การทำความเข้าใจลักษณะของผู้เรียนด้วยการฟังเป็นสิ่งสำคัญในการหาวิธีทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้เรียนด้วยการฟังมักจะมีลักษณะดังต่อไปนี้:

- เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อฟังข้อมูล

- มีความจำที่ดีสำหรับข้อมูลที่พูด
- มีความสามารถในการพูดในที่สาธารณะและทักษะการฟังที่แข็งแกร่ง
- ชอบคำสั่งที่เป็นคำพูด และมักมีปัญหาเกี่ยวกับคำสั่งที่เป็นลายลักษณ์

อักษร

- มักจะเก่งในการนำเสนอและการสอบปากเปล่า
- สนุกกับการสนทนา การบรรยาย และการอภิปราย
- สามารถอธิบายความคิดได้ดีและมีความมั่นใจในการแสดงความคิดเห็น

ด้วยเสียง

- เก่งในการเข้าใจและประมวลผลการเปลี่ยนแปลงของน้ำเสียง และแสดงอารมณ์ด้วยน้ำเสียงและความดังของเสียง

- พวกเขาเก็บข้อมูลตามเสียงที่ได้ยิน และมักเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ด้วยการอ่าน ออกเสียงหรือเชื่อมโยงข้อมูลกับเสียงที่ไม่ใช่คำพูด เช่น ดนตรีหรือเสียงปรบมือ
- อาจกระซิบกับตัวเองขณะอ่าน หรือพูดบ่อย ทั้งกับตัวเองและคนอื่น ๆ
- อาจถูกรบกวนได้ด้วยเสียงรบกวนรอบข้างหรือความเงียบ

รูปแบบการเรียนรู้ด้วยการฟังมาพร้อมกับข้อดีหลายประการ:

1. การคิดเชิงวิพากษ์ที่เพิ่มขึ้น เมื่อผู้เรียนได้รับสื่อการเรียนในรูปแบบการเรียนรู้ที่ตนเองชอบ พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมกับเนื้อหามากขึ้น ซึ่งช่วยให้พวกเขาใช้และพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์
2. ทักษะการฟังที่ดีขึ้น การโต้ตอบกับเนื้อหาผ่านการฟังจะช่วยปรับปรุงทักษะการฟัง และเมื่อเวลาผ่านไป พวกเขาจะเริ่มเชื่อมโยงระหว่างประโยคต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น
3. ทักษะความเข้าใจและการระดมความคิดที่ดีขึ้น เทคนิคการเรียนรู้ด้วยการฟังจะช่วยปรับปรุงทักษะเหล่านี้
4. ความจำที่เพิ่มขึ้น ผู้เรียนด้วยการฟังสามารถดูดซับข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง มีรายงานว่าทักษะการเรียนรู้ด้วยการฟังสามารถเพิ่มหรือปรับปรุงการจดจำความจำได้ โดยผู้เรียนด้วยการฟังสามารถเก็บข้อมูลที่ได้ยินได้มากกว่า 75%
5. การมีปฏิสัมพันธ์ การใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่ต้องการการฟังจะผลักดันให้ผู้เรียนด้วยการฟังพูดคุยกับผู้อื่นมากขึ้น เพื่อให้พวกเขาอธิบายสิ่งต่าง ๆ ด้วยเสียง ซึ่งส่งผลให้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนคนอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จุดแข็งของการเรียนรู้ด้วยการฟังคือช่วยให้นักเรียนประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการใช้คำพูดและหน่วยความจำทางการได้ยิน

สามวิธีที่ผู้เรียนด้วยการฟังเรียนรู้คือ การฟังการบรรยาย การเข้าร่วมการอภิปรายกลุ่ม และการใช้บันทึกเสียงสำหรับสื่อการเรียน พวกเขาชอบเรียนรู้โดยการฟังข้อมูลที่นำเสนอมากกว่าการอ่านหรือสังเกตด้วยสายตา และได้รับประโยชน์จากการอภิปราย คำอธิบาย และคำแนะนำที่เป็นวาจา ครูหรือผู้ปกครองสามารถใช้กลยุทธ์เพื่อช่วยผู้เรียนด้วยการฟังได้หลายวิธี

- สนับสนุนให้พูดสิ่งต่าง ๆ ออกเสียง การออกเสียงตัวอักษรของคำแทนการเขียนช่วยให้เด็กเข้าใจการสะกดคำได้

- ใช้การบันทึกเสียง แนะนำให้ผู้เรียนบันทึกเสียงตัวเองอ่านข้อความ เพื่อให้พวกเขาสามารถฟังซ้ำได้ในภายหลัง

- ให้นำหนังสือเสียง เปิดหนังสือเสียงและให้ผู้เรียนอ่านตามเพื่อฝึกการอ่าน

- ส่งเสริมการสนทนา เมื่อเรียนรู้แนวคิดใหม่ ๆ ควรส่งเสริมการสนทนาและฝึกฝนการพูดคุยเกี่ยวกับแนวคิดเหล่านั้น

- การสร้างเพลง การแต่งเพลงช่วยเมื่อต้องการจดจำสิ่งต่าง ๆ

- การยืมข้อมูลช่วยให้ผู้เรียนมั่นใจว่าพวกเขาเรียนรู้บทเรียนผ่านคำพูดและมีโอกาสลืมน้อยลง

- การใช้คำถามและคำตอบ เมื่อนักเรียนสามารถถามคำถามและฟังคำตอบ พวกเขามีแนวโน้มที่จะจำข้อมูลเกี่ยวกับหัวข้อนั้น ๆ ได้มากขึ้น

- การเปิดเพลงคลอเบา ๆ ดนตรีเบา ๆ ในพื้นหลังมักช่วยผู้เรียนด้วยการฟังมีสมาธิโดยการกำจัดเสียงรบกวนและความเจียบในเวลาเดียวกัน

- การทำงานร่วมกัน การมอบหมายงานกลุ่ม หรือการอ่านแบบจับคู่ บังคับให้ผู้เรียนด้วยการฟังต้องพูดคุยกับนักเรียนคนอื่น ๆ ซึ่งช่วยให้พวกเขาจดจำข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การเรียนรู้ด้วยการฟังมีประสิทธิภาพมากสำหรับนักเรียนที่มีความชอบในรูปแบบการเรียนรู้ และเป็นประโยชน์ในการจดจำข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำเสนอในรูปแบบที่มีส่วนร่วมและโต้ตอบ เช่นเดียวกับการจัดตารางสอนหรือการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่นักเรียนต้องการ จะช่วยให้พวกเขามีส่วนร่วมกับเนื้อหาได้มากขึ้น

UoPeople (2024) ได้กล่าวถึง การเรียนรู้ด้วยการฟัง ไว้ดังนี้ การเรียนรู้ด้วยการฟัง (Auditory Learning Style) เป็นรูปแบบการเรียนรู้หลักรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหมายถึงการที่คุณสามารถเรียนรู้ได้ดีที่สุดด้วยการฟัง การทราบรูปแบบการเรียนรู้ของตนเองเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากจะช่วยให้คุณค้นพบวิธีที่ดีที่สุดในการทำความเข้าใจเนื้อหาใหม่ ๆ

การเรียนรู้ด้วยการฟังคือการที่คุณรับข้อมูลเข้ามาโดยส่วนใหญ่ผ่านการฟังและการพูด หากคุณเป็นผู้เรียนแบบนี้ คุณมักจะจดจำคำสั่งที่พูดออกมาได้ง่าย และเพลิดเพลินกับการสนทนากลุ่มหรือการบรรยาย คุณอาจพบว่า การอ่านออกเสียงหรือการพูดคุยเพื่อแก้ปัญหาช่วยให้คุณเข้าใจได้ดีขึ้น ผู้เรียนกลุ่มนี้มักจะทำได้ดีเมื่อพวกเขาสามารถได้ยินข้อมูล ไม่ว่าจะจากครู พอดแคสต์ หรือการสนทนากับเพื่อนร่วมชั้น รูปแบบการเรียนรู้นี้เน้นการใช้เสียงและการพูดในการประมวลผลข้อมูลใหม่

รูปแบบการเรียนรู้ด้วยการฟังมีข้อได้เปรียบหลายประการที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์การศึกษาให้มีประสิทธิภาพและน่าพึงพอใจยิ่งขึ้น:

1. การเก็บรักษาข้อมูล (Information Retention) ผู้เรียนที่เน้นการฟังจะเก่งในการจดจำสิ่งที่พวกเขาได้ยิน ซึ่งทำให้พวกเขาสามารถเก็บรักษาข้อมูลที่พูดออกมาไว้ในความจำระยะยาวได้ดีเยี่ยม พวกเขาจะสามารถจำรายละเอียดจากการสนทนาและการนำเสนอได้ง่ายกว่าผู้เรียนแบบภาพหรือแบบลงมือปฏิบัติ

2. การพัฒนาทักษะทางภาษา (Language Skill Development) การฟังเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ ๆ การปรับปรุงการออกเสียง และการเรียนภาษาได้เร็วขึ้น การมีส่วนร่วมกับภาษาพูดในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือเสียงและการสนทนาสามารถเร่งความเข้าใจด้านไวยากรณ์ โครงสร้างประโยค และคำศัพท์ได้

3. ความสามารถในการทำงานหลายอย่างพร้อมกัน (Multitasking Ability) ผู้เรียนที่เน้นการฟังมีความชำนาญในการจัดการงานหลายอย่างพร้อมกัน เช่น พวกเขาสามารถฟังการบรรยายไปพร้อมกับการจดบันทึก หรือติดตามการสนทนาในขณะที่ทำงานในโครงการ

4. การมีสมาธิดีขึ้น (Improved Focus) การได้ยินข้อมูลออกมามัด ๆ ช่วยให้ผู้เรียนประเภทนี้มีสมาธิและอยู่กับงานในชั้นเรียนหรือระหว่างการอ่านหนังสือ การฟังการบรรยาย การสนทนา หรือการบันทึกเสียงสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่มีสมาธิ ทำให้พวกเขาสามารถซึมซับเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้เรียนด้วยการฟังสามารถใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงประสบการณ์การเรียนรู้ และใช้ทักษะการฟังให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- ใช้แอปบันทึกเสียง (Use Voice Recording Apps) การบันทึกการบรรยายหรือบันทึกส่วนตัวช่วยให้ผู้เรียนสามารถทบทวนเนื้อหาได้ตามจังหวะของตนเอง ซึ่งเสริมสร้างความเข้าใจและการจดจำ

- ใช้เทคโนโลยีแปลงข้อความ เป็นคำพูด (Implement Text-to-Speech Technology) ซอฟต์แวร์นี้สามารถเปลี่ยนเนื้อหาที่เขียนเป็นรูปแบบเสียง ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างเป็นธรรมชาติมากขึ้น

- ฟังพอดแคสต์ด้านการศึกษา (Listen to Educational Podcasts) พอดแคสต์เป็นวิธีที่ยอดเยี่ยมสำหรับผู้เรียนด้วยการฟังในการเรียนรู้ขณะเดินทาง และสามารถเข้าถึงกิจกรรมประจำวันได้อย่างง่ายดาย

- ใช้อุปกรณ์ช่วยจำและคำคล้องจอง (Use Mnemonic Devices and Rhymes) การสร้างอุปกรณ์ช่วยจำหรือคำคล้องจองด้วยเสียงช่วยให้การเรียกคืนแนวคิดหลักและรายละเอียดที่ซับซ้อนทำได้ง่ายขึ้น

- พูดความคิดออกมา (Verbalize Your Thoughts) การพูดคุณถึงแนวคิดและการอภิปรายแนวคิดกับผู้อื่นช่วยเสริมความเข้าใจและตอกย้ำความจำ

- ฝึกการฟังเชิงรุก (Practice Active Listening) การฟังเชิงรุกหมายถึงการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาด้วยการตั้งคำถาม สรุปประเด็นหลัก และไตร่ตรองสิ่งที่ได้ยิน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลและการเก็บรักษาข้อมูล

ผู้เรียนด้วยการฟังมักประสบความสำเร็จในอาชีพที่การฟังและการสื่อสารด้วยวาจามีความสำคัญ

- ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมดนตรี เช่น การผลิตดนตรี หรือวิศวกรเสียง เนื่องจากมีความไวต่อรายละเอียดของเสียง

• ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เช่น การล่าม การแปล หรือการสอนภาษา เนื่องจากมีทักษะการฟังและการสื่อสารด้วยวาจาที่แข็งแกร่ง

- ผู้จัดการรายการวิทยุหรือผู้จัดทำพอดแคสต์ เนื่องจากเก่งในการเล่าเรื่องและการเชื่อมต่อกับผู้ฟังผ่านคำพูด

- ตัวแทนฝ่ายบริการลูกค้า เนื่องจากความสามารถในการฟังอย่างตั้งใจและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- นักจิตวิทยาหรือที่ปรึกษา เนื่องจากทักษะการฟังและความเห็นอกเห็นใจเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยเหลือผู้อื่น

แม้ว่าการเป็นผู้เรียนด้วยการฟังจะมีข้อดี แต่ก็อาจมีข้อเสียบางประการได้

- คุณอาจพบว่าการจัดการกับงานที่ต้องใช้ทักษะทางภาพหรือการลงมือปฏิบัติเป็นเรื่องยาก เช่น การทำความเข้าใจแผนภูมิหรือแผนภาพโดยไม่มีคำอธิบายด้วยวาจา
- ข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรอาจเป็นเรื่องที่ทำทนายหากไม่มีบริบทที่พูดมาพร้อม
- การมีสมาธิอาจทำได้ยากในสภาพแวดล้อมที่มีเสียงดังหรือในสถานการณ์ที่มีข้อมูลการฟังที่จำกัด

โดยทั่วไปแล้ว คนส่วนใหญ่มักไม่ได้จำกัดอยู่แค่รูปแบบการเรียนรู้เดียว แต่เรียนรู้ได้ดีที่สุดจากการผสมผสานการฟัง การมองเห็น และการลงมือปฏิบัติ การตระหนักรู้และใช้รูปแบบที่แตกต่างกันสามารถทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ทักษะการฟังสามารถเสริมสร้างได้ผ่านการฝึกฝน เช่น การฟังหนังสือเสียง หรือการเข้าร่วมการอภิปราย

จากที่มีผู้กล่าวถึง การเรียนรู้ด้วยการฟัง สามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้ด้วยการฟังเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่เน้นการรับและประมวลผลข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทางการได้ยิน โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการฟังการบรรยาย การสนทนา การบันทึกเสียง หรือสื่อเสียงในรูปแบบต่าง ๆ การเรียนรู้ลักษณะนี้ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหา เก็บรักษาข้อมูล และเชื่อมโยงความรู้ได้ดี โดยเฉพาะเนื้อหาที่ถ่ายทอดผ่านคำพูด น้ำเสียง และจังหวะการสื่อสาร การเรียนรู้ด้วยการฟังมีบทบาทสำคัญต่อการทำงานของสมอง โดยสมองส่วนที่เกี่ยวข้องกับการได้ยินจะช่วยประมวลผลข้อมูลและแปลงเป็นความหมาย ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถจดจำข้อมูลและเข้าใจแนวคิดที่ซับซ้อนได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างความจำ พัฒนาทักษะการฟัง การสื่อสาร และการคิดเชิงวิพากษ์ รวมถึงส่งเสริมจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์จากการตีความเนื้อหาที่ได้ยิน ผู้เรียนที่ถนัดการเรียนรู้ด้วยการฟังมักมีลักษณะเด่นคือ สามารถจดจำข้อมูลที่ได้ยินได้ดี ชอบการบรรยายและการอภิปราย มีทักษะการพูดและการฟังที่เข้มแข็ง เข้าใจน้ำเสียงและอารมณ์ของผู้พูดได้ดี และเรียนรู้ได้ดีจากคำอธิบายด้วยวาจามากกว่าข้อความที่เป็นลายลักษณ์อักษร รูปแบบการเรียนรู้จึงเหมาะสมอย่างยิ่งกับกิจกรรมที่เน้นการสื่อสารด้วยเสียง เช่น การอภิปรายกลุ่ม การนำเสนอ และการเรียนผ่านสื่อเสียง ในด้านการประยุกต์ใช้ การเรียนรู้ด้วยการฟังสามารถนำไปใช้ได้ทั้งในบริบททางการศึกษาและการทำงาน เช่น การเรียนผ่านการบรรยาย การใช้สื่อเสียงหรือพอดแคสต์ทางการศึกษา และการประชุมหรือการทำงานร่วมกัน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการแก้ปัญหา อย่างไรก็ตาม ผู้เรียนด้วยการฟังอาจเผชิญความท้าทายจากสิ่งรบกวนทางเสียงหรือเนื้อหาที่เน้นภาพและการลงมือปฏิบัติ ดังนั้นจึงควรจัด

สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการฟัง และใช้กลยุทธ์เสริม เช่น การฟังเชิงรุก การจดบันทึก การใช้สื่อเสียงควบคู่กับสื่อรูปแบบอื่น

โดยสรุป การเรียนรู้ด้วยการฟังเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่มีคุณค่าและมีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้เรียนสามารถรับรู้ เข้าใจ และจดจำข้อมูลได้ดีผ่านการใช้เสียงและการสื่อสารด้วยวาจา ทั้งนี้ การผสมผสานการเรียนรู้ด้วยการฟังเข้ากับรูปแบบการเรียนรู้อื่น ๆ จะช่วยส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ให้สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย

มีผู้กล่าวถึง ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย ไว้ดังนี้

Wayan K. Yana (n.d.) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย (Multimedia Learning Theory - MMLT) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย Richard Mayer ในปี ค.ศ. 1997 และจัดอยู่ในทฤษฎีใหญ่ของ Cognitivism ทฤษฎีนี้เสนอแนวทางที่ช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประมวลผลข้อมูลมากขึ้น

ตามแนวคิดของ Mayer (1997) ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดียประกอบด้วยสามประเด็นหลักที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียน

1. ช่องทางประมวลผลสองช่อง (Two Channels) ประเด็นแรกคือการมีช่องทางสำหรับการประมวลผลข้อมูลสองช่องทาง ได้แก่ ช่องทางเสียง (audio) และช่องทางภาพ (visual) หลักการนี้เรียกอีกอย่างว่า หลักการมัลติมีเดีย (multimedia principle) ซึ่งระบุว่านักเรียนอาจเรียนรู้ได้ดีกว่าจากการใช้ภาพและคำพูดรวมกันมากกว่าการใช้เพียงคำพูดอย่างเดียว

2. ความจุที่จำกัด (Limited Capacity) ประเด็นที่สองคือแต่ละช่องทางมีความสามารถในการประมวลผลข้อมูลที่จำกัด มนุษย์สามารถประมวลผลข้อมูลได้ในปริมาณจำกัด และพยายามทำความเข้าใจข้อมูลโดยการสร้างแบบจำลองทางจิต (mental representations) จากแหล่งข้อมูล

3. กระบวนการเรียนรู้เชิงรุก (Active Processing) ประเด็นสุดท้ายคือการเรียนรู้เป็นกระบวนการเชิงรุกที่ต้องมีการกรอง (filtering) การเลือก (selecting) การจัดระเบียบ (organizing) และการบูรณาการ (integrating) ข้อมูลโดยอิงจากความรู้เดิมที่มีอยู่

ทฤษฎี MMLT อธิบายถึงการทำงานของกระบวนการประมวลผลข้อมูลภายในสมอง เมื่อข้อมูลมัลติมีเดียเข้ามา จะใช้ช่องทางเสียงและภาพรวมกันในการประมวลผล

1. หน่วยความจำประสาทสัมผัส (Sensory Memory) ข้อมูลภาพและเสียงที่ได้รับจะถูกนำเข้าไปยังหน่วยความจำประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นหน่วยความจำระยะสั้นที่เป็นด่านแรกของการประมวลผลข้อมูล

2. หน่วยความจำใช้งาน (Working Memory) หลังจากนั้น ข้อมูลทั้งหมดจะถูกถ่ายโอนไปยังหน่วยความจำใช้งาน หน่วยความจำใช้งานคือที่ที่ผู้เรียนจะ เลือก (select) และจัดระเบียบ (organize) วัสดุ อย่างกระตือรือร้น จุดประสงค์ของกระบวนการนี้คือการสร้าง โครงสร้างทางจิตที่เป็นตรรกะ (logical mental constructs)

3. การบูรณาการกับความรู้เดิม (Prior Knowledge Integration) Mayer (2002) ระบุว่า การบูรณาการข้อมูลเข้ากับความรู้เดิม มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการถ่ายโอนความรู้ที่ประสบความสำเร็จ

4. หน่วยความจำระยะยาว (Long-Term Memory) ทฤษฎีเสนอว่า การรวมข้อมูลจากสองช่องทางจะช่วยให้ข้อมูลถูกถ่ายโอนจากหน่วยความจำระยะสั้นไปยังหน่วยความจำใช้งานเพื่อประมวลผลในเชิงลึกด้วยความช่วยเหลือของความรู้เดิม กระบวนการนี้จะช่วยให้ข้อมูลคงอยู่ในหน่วยความจำระยะยาวของผู้เรียนได้

ดังนั้น หัวใจหลักของทฤษฎีนี้คือ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อได้รับสื่อสองอย่างขึ้นไป (คำพูดและภาพ) และมีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกวัสดุที่เกี่ยวข้องที่สุด จัดระเบียบวัสดุเหล่านั้นให้เป็นแบบจำลองทางจิต และสุดท้ายคือการ บูรณาการเข้ากับความรู้เดิมของตนเอง

การศึกษาหลายชิ้นได้ให้หลักฐานสนับสนุนว่า MMLT ยังคงมีความถูกต้องและนำไปใช้ได้ในการปฏิบัติทางการศึกษา ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Ercan (2014) และ Chang et al. (2010) พบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยวัสดุการเรียนรู้มัลติมีเดียมี คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่า กลุ่มที่ใช้วิธีการสอนแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ การศึกษาของ McTigue (2009) แสดงให้เห็นว่านักเรียนได้รับประโยชน์มากขึ้นเมื่ออ่านตำราทางวิทยาศาสตร์พร้อมกับภาพประกอบหรือแผนภาพ

ในทางปฏิบัติ ครูสามารถใช้แบบจำลองนี้เพื่อช่วยให้นักเรียนมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เช่น ในชั้นเรียนภูมิศาสตร์ ครูสามารถใช้แผนที่โลกดิจิทัลที่ใช้ทั้งข้อมูลเสียงและภาพเพื่อสอนเกี่ยวกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งจะช่วยให้นักเรียนสามารถประมวลผลข้อมูลได้มากกว่าหนึ่งแหล่งพร้อมกัน ครูควรตระหนักว่าแหล่งข้อมูลสองแหล่งช่วยให้นักเรียนเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยในการถ่ายโอนความรู้ไปยังหน่วยความจำระยะยาว

Galen Davis และ Marie Norman (2016) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้ มัลติมีเดีย ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย (Cognitive Theory of Multimedia Learning) คือกรอบแนวคิดที่พัฒนาโดย Richard Mayer ซึ่งอธิบายวิธีการจัดโครงสร้างสื่อ มัลติมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มการเรียนรู้ให้สูงสุด. ทฤษฎีนี้สรุปผลการวิจัยอย่าง กว้างขวางของ Mayer ออกมาเป็นหลักการ 12 ข้อที่ให้คำแนะนำในการสร้างสื่อนำเสนอแบบ มัลติมีเดียที่มีประสิทธิภาพ ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานอยู่บนสมมติฐานทางจิตวิทยาการรู้คิดสามประการ เกี่ยวกับวิธีที่มนุษย์ประมวลผลข้อมูล

1. สมมติฐานช่องทางคู่ (The Dual-Channel Assumption) มนุษย์มีช่องทางแยกกัน สำหรับการประมวลผลข้อมูลภาพและเสียง

- ช่องทางภาพ รูปภาพ (visual-pictorial channel) ใช้ประมวลผลภาพที่มองเห็น รวมถึงข้อความที่แสดงบนหน้าจอ

- ช่องทางเสียง คำพูด (auditory-verbal channel) ใช้ประมวลผลคำพูด

2. สมมติฐานความจุจำกัด (The Limited-Capacity Assumption) มนุษย์มีความสามารถในการประมวลผลข้อมูลที่จำกัดในเวลาใดเวลาหนึ่ง Mayer เชื่อว่าคนส่วนใหญ่อาจ สามารถเก็บข้อมูลไว้ในหน่วยความจำใช้งานได้เพียงประมาณห้าถึงเจ็ด "กลุ่มข้อมูล" (chunks) ในเวลาที่กำหนด

3. สมมติฐานการประมวลผลเชิงรุก (The Active-Processing Assumption) มนุษย์ไม่ได้เรียนรู้จากการซึมซับข้อมูลแบบเฉยๆ แต่ต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้คิดที่กระตือรือร้น กระบวนการเหล่านี้รวมถึงการระบุและเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง การจัดระเบียบเนื้อหาให้เป็นแบบจำลองภาพและ/หรือวาจา และการบูรณาการแบบจำลองใหม่เข้ากับความรู้เดิมที่มีอยู่ ทฤษฎีนี้สนับสนุนรูปแบบ "การสร้างความรู้" (knowledge construction) ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งผู้เรียนต้องสังเคราะห์คำพูดและรูปภาพให้เป็นข้อมูลที่มีความหมายและเก็บไว้ในหน่วยความจำระยะยาว

ความสัมพันธ์กับทฤษฎีภาระการรู้คิด (Cognitive Load Theory) ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Mayer พึ่งพา ทฤษฎีภาระการรู้คิด (cognitive load theory) เป็นอย่างมาก ภาระการรู้คิด (Cognitive load) คือความพยายามในการประมวลผลที่เกิดขึ้นในสมอง ระหว่างการเรียนรู้ และแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก

1. ภาระส่วนเกิน (Extraneous load) คือความพยายามรู้คิดที่เสียไปกับรายละเอียดหรือเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนผลลัพธ์การเรียนรู้ ผู้สอนควรมีเป้าหมายในการ ลด ภาระนี้

เช่น การไม่ใส่ภาพเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็นหรือข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง หลักการของ Mayer หลายข้อ เช่น หลักการความสอดคล้อง (Coherence Principle) มุ่งเน้นไปที่การลดภาระส่วนเกิน

2. ภาระโดยธรรมชาติ (Intrinsic load) คือความพยายามรู้คิดที่จำเป็นในการทำความเข้าใจเนื้อหา และขึ้นอยู่กับความซับซ้อนหรือความยากลำบากโดยธรรมชาติของสื่อการเรียนรู้ ผู้สอนควรมีเป้าหมายในการ จัดการ ภาระนี้ เช่น การแบ่งเนื้อหาเป็นส่วนย่อย (chunking)

3. ภาระสร้างสรรค์ (Germane load) คือความพยายามที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในการทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างมากจากแรงจูงใจของผู้เรียน ผู้สอนควรมีเป้าหมายในการ เพิ่มประสิทธิภาพ ภาระนี้ โดยการจัดโครงสร้างการเรียนรู้ (scaffolding) และการกำหนดจังหวะเนื้อหาที่เหมาะสม

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดียถือว่าจิตใจมนุษย์เป็นระบบช่องทางคู่ที่มีความจำกัดและมีการประมวลผลเชิงรุก ดังนั้น ผู้สร้างสื่อจะต้องออกแบบข้อความมัลติมีเดียเพื่อจัดการภาระการรู้คิดทั้งสามประเภทข้างต้นตามความเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลจะถูกจัดเก็บในหน่วยความจำระยะยาวได้สูงสุด Mayer มองว่าสื่อมัลติมีเดียไม่ใช่แค่ระบบการส่งข้อมูล แต่เป็นเครื่องมือช่วยในการรู้คิดสำหรับการสร้างความรู้ แนวคิดนี้ปฏิเสธมุมมองของการเรียนรู้แบบ "การถ่ายโอนความรู้" (knowledge transmission) และสนับสนุนมุมมองที่ว่า "การเรียนรู้มัลติมีเดียคือกิจกรรมการสร้างความรู้ที่ผู้เรียนพยายามสร้างแบบจำลองทางจิตที่สอดคล้องกันจากเนื้อหาที่นำเสนอ"

เงื่อนไขขอบเขตที่สำคัญ (Boundary Conditions) Mayer กำหนดเงื่อนไขที่หลักการของเขาอาจไม่สามารถนำไปใช้ได้อย่างเข้มงวดเท่าเดิม. โดยมีคุณสมบัติที่สำคัญในระดับสูง

- หลักการความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Principle) หลักการออกแบบบางอย่างอาจช่วย ผู้เรียนที่มีประสบการณ์น้อย แต่ไม่ได้ช่วยผู้เรียนที่มีประสบการณ์สูง. Mayer ได้แย้งว่า ความรู้เดิม (prior knowledge) เป็นมิติความแตกต่างระหว่างบุคคลที่สำคัญที่สุด ในการออกแบบการเรียนการสอน

- หลักการเหล่านี้ใช้ได้มากที่สุดเมื่อข้อความมัลติมีเดีย อธิบายกระบวนการต่างๆ (describes processes) และเมื่อผู้เรียนขาดประสบการณ์

- หลักการเหล่านี้ใช้ได้กับสื่อที่หลากหลาย (medium agnostic)

เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ทฤษฎีนี้เปรียบเสมือนการจำกัดปริมาณเครื่องปรุงรส (ลดภาระส่วนเกิน) และการจัดเรียงส่วนผสมตามลำดับขั้นตอนที่ถูกต้อง (จัดการภาระโดยธรรมชาติ) เพื่อให้

ผู้เรียนสามารถใช้พลังงานสมองที่มีอยู่จำกัดไปกับการปรุงอาหารหรือการสร้างความรู้ใหม่ๆ เป็นการเพิ่มภาระสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

Richard E. Mayer (2024) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มัลติมีเดีย (The Cognitive Theory of Multimedia Learning หรือ CTML) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย Richard E. Mayer ซึ่งมุ่งอธิบายว่าผู้คนเรียนรู้เนื้อหาทางวิชาการจากคำและกราฟิกได้อย่างไร ทฤษฎีนี้พยายามทำความเข้าใจว่าการเรียนรู้ที่มีความหมาย (Meaningful learning) เกิดขึ้นได้อย่างไร และมุ่งเน้นไปที่เทคนิคที่ช่วยกระตุ้นกระบวนการรู้คิดที่เหมาะสมในระหว่างการเรียนรู้

การเรียนรู้ที่มีความหมายนั้นวัดได้จากประสิทธิภาพในการทดสอบการถ่ายโอน (transfer tests) ซึ่งบ่งชี้ถึงความสามารถในการนำเนื้อหาที่เรียนรู้ไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ๆ หลักการพื้นฐาน 3 ประการ แม้ว่าชื่อและการนำเสนอด้วยภาพของทฤษฎีจะมีการพัฒนามาตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา แต่แนวคิดหลักของ CTML ยังคงสม่ำเสมอ โดยอิงจากสมมติฐานหลักสามประการจากวิทยาศาสตร์การรู้คิด

1. ช่องทางคู่ (Dual Channels) มนุษย์มีช่องทางการประมวลผลข้อมูลที่แยกจากกัน แต่ทำงานร่วมกัน สำหรับข้อมูล วาจา/คำพูด (Auditory/Verbal) และข้อมูล ภาพ/ทัศนวิสัย (Pictorial/Visual) เช่น คำบรรยายและแอนิเมชัน

2. ความจุจำกัด (Limited Capacity) ความสามารถในการประมวลผลข้อมูลในแต่ละช่องทางมีจำกัดอย่างมาก และสามารถประมวลผลข้อมูลได้เพียงไม่กี่ชิ้นในหน่วยความจำใช้งาน (Working memory) ในเวลาเดียวกัน

3. การประมวลผลเชิงรุก (Active Processing) การเรียนรู้ที่มีความหมายต้องการให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้คิดที่เหมาะสมในระหว่างการเรียนรู้

CTML มีองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บความจำและการประมวลผลข้อมูล

1. หน่วยความจำ 3 ประเภท (Memory Stores)

- หน่วยความจำรับความรู้สึก (Sensory memory) เก็บภาพและเสียงที่เข้ามาผ่านตาและหูไว้เพียงช่วงสั้นๆ ก่อนที่จะเลือนหายไปอย่างรวดเร็ว

- หน่วยความจำใช้งาน (Working memory) เก็บข้อมูลที่เป็นภาพ/ทัศนวิสัย และคำพูด/วาจา ที่ผู้เรียนใส่ใจ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถจัดเรียงใหม่ได้ แต่ความจุมีจำกัด

- หน่วยความจำระยะยาว (Long-term memory) เป็นคลังเก็บความรู้ถาวรของผู้เรียน ซึ่งสามารถเปิดใช้งานส่วนที่เกี่ยวข้องและนำเข้ามาสู่หน่วยความจำใช้งานได้ในระหว่างการเรียนรู้

2. กระบวนการรู้คิด 5 ขั้นตอน การเรียนรู้ที่มีความหมายต้องอาศัยผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้คิดที่เหมาะสม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (ซึ่งรวมอยู่ในแบบจำลอง SOI: Selecting, Organizing, Integrating)

- การเลือกคำ (Selecting words) การใส่ใจในส่วนที่เกี่ยวข้องของข้อความที่นำเสนอ

- การเลือกภาพ (Selecting images) การใส่ใจในส่วนที่เกี่ยวข้องของกราฟิกที่นำเสนอ

- การจัดระเบียบคำ (Organizing words) การจัดเรียงคำที่เกี่ยวข้องให้เป็นแบบจำลองคำพูด (verbal model) ในหน่วยความจำใช้งาน

- การจัดระเบียบภาพ (Organizing images) การจัดเรียงส่วนที่เกี่ยวข้องของกราฟิกให้เป็นแบบจำลองภาพ (pictorial model) ในหน่วยความจำใช้งาน

- การบูรณาการ (Integrating) การสร้างการเชื่อมโยงระหว่างการแสดงข้อมูลที่เป็นคำพูดและภาพที่สอดคล้องกันในหน่วยความจำใช้งาน รวมถึงการเชื่อมโยงกับความรู้ที่เกี่ยวข้องที่เปิดใช้งานจากหน่วยความจำระยะยาว

หลักการสำคัญของ CTML คือความจุของหน่วยความจำใช้งานมีจำกัด แต่มีการใช้ความจุนั้นไปกับการต้องการในการประมวลผลสามประเภท ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายการสอน 3 ประการ

1. การประมวลผลส่วนเกิน (Extraneous processing) การประมวลผลที่ไม่สนับสนุนเป้าหมายการสอน ซึ่งเกิดจากการออกแบบการสอนที่ไม่ดี ลดการประมวลผลส่วนเกิน (Minimize extraneous processing) เช่น การกำจัดคำพูดและองค์ประกอบกราฟิกที่ไม่จำเป็นออกจากบทเรียน

2. การประมวลผลที่จำเป็น (Essential processing) การประมวลผลเพื่อแสดงเนื้อหาที่นำเสนอในหน่วยความจำใช้งาน โดยขึ้นอยู่กับความซับซ้อนโดยธรรมชาติของเนื้อหา จัดการการประมวลผลที่จำเป็น (Manage essential processing) เช่น การแบ่งบทเรียนต่อเนื่องออกเป็นส่วนย่อยที่สามารถจัดการได้และผู้เรียนกำหนดความเร็วเองได้

3. การประมวลผลเชิงกำเนิด (Generative processing) การประมวลผลที่มุ่งทำความเข้าใจข้อมูลที่เข้ามา โดยขึ้นอยู่กับระดับแรงจูงใจของผู้เรียนในการใช้ความพยายาม ส่งเสริมการประมวลผลเชิงกำเนิด (Foster generative processing) เช่น การกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เชิงกำเนิด เช่น การเขียนสรุป หรือการทดสอบตัวเอง

CTML สร้างขึ้นบนกรอบแนวคิดคลาสสิกจากจิตวิทยาการรู้คิด รวมถึงทฤษฎีการเข้ารหัสคู่ (dual-coding theory) แบบจำลองความจำหลายขั้นตอน (multi-stage model of memory) และทฤษฎีภาระการรู้คิด (cognitive load theory) ในปัจจุบัน CTML ยังขยายขอบเขตออกไปเพื่อรวมองค์ประกอบใหม่ๆ ที่นอกเหนือจากกระบวนการรู้คิดพื้นฐาน เช่น กระบวนการทางสังคม (Social processes) กระบวนการทางอารมณ์ (Affective processes) กระบวนการสร้างแรงจูงใจ (Motivational processes) และ กระบวนการอภิปัญญา (Metacognitive processes) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีเสริม เช่น ทฤษฎีตัวแทนทางสังคม (Social agency theory) และแบบจำลองการรู้คิด อารมณ์ของการเรียนรู้ด้วยสื่อ (Cognitive-affective model of learning with media)

จากที่มีผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มีลติมีเดีย สามารถสรุปได้ดังนี้ ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มีลติมีเดีย เป็นกรอบแนวคิดทางการศึกษาที่อธิบายกระบวนการเรียนรู้ที่มีความหมายของผู้เรียนเมื่อได้รับสารผ่านสื่อที่ประกอบด้วยคำพูดและภาพร่วมกัน โดยมีรากฐานอยู่บนแนวคิดของจิตวิทยาการรู้คิด และมุ่งเน้นการออกแบบสื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับลักษณะการทำงานของสมองมนุษย์ โดยแก่นสำคัญของทฤษฎีนี้ประกอบด้วยสมมติฐานหลัก 3 ประการ ได้แก่

1. มนุษย์มี ช่องทางการประมวลผลข้อมูลสองช่องทาง คือ ช่องทางภาพและช่องทางการได้ยิน ซึ่งทำงานแยกกันแต่สัมพันธ์กัน
2. แต่ละช่องทางมี ความจุในการประมวลผลที่จำกัด โดยเฉพาะในหน่วยความจำใช้งาน
3. การเรียนรู้ที่มีความหมายเกิดจาก การประมวลผลเชิงรุกของผู้เรียน ซึ่งต้องอาศัย การเลือก จัดระเบียบ และบูรณาการข้อมูลเข้ากับความรู้เดิม

กระบวนการเรียนรู้ตามทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับ ระบบความจำ 3 ระดับ ได้แก่ หน่วยความจำรับความรู้สึก หน่วยความจำใช้งาน และหน่วยความจำระยะยาว โดยผู้เรียนจะเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากสื่อ จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นแบบจำลองทางจิตทั้งด้านภาพและคำพูด และเชื่อมโยงเข้ากับความรู้เดิมเพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึก นอกจากนี้ ทฤษฎียังเชื่อมโยงกับแนวคิด

ภาระการรู้คิด ซึ่งแบ่งออกเป็นภาระส่วนเกิน ภาระโดยธรรมชาติ และภาระเชิงสร้างสรรค์ โดยการออกแบบสื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพควรลดภาระส่วนเกิน จัดการภาระโดยธรรมชาติให้เหมาะสม และส่งเสริมภาระเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้เรียนใช้ทรัพยากรทางปัญญาไปกับการสร้างความเข้าใจอย่างแท้จริง

โดยสรุป ทฤษฎีการรู้คิดของการเรียนรู้มีลัทธิเดียวมองว่า สื่อมีลัทธิเดียวไม่ใช่เพียงเครื่องมือถ่ายทอดข้อมูล แต่เป็นเครื่องมือสนับสนุนกระบวนการคิดและการสร้างความรู้ของผู้เรียน การเรียนรู้จะเกิดประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อสื่อถูกออกแบบให้สอดคล้องกับข้อจำกัดและศักยภาพของการรับรู้ การประมวลผล และการจดจำของมนุษย์ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้เรียนมีบทบาทเชิงรุกในการเรียนรู้

4. หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่

มีผู้กล่าวถึง หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ไว้ดังนี้

Christopher Pappas (2025) ได้กล่าวถึง หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ หรือที่เรียกว่า แอนดราโกจี (Andragogy) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นว่าผู้ใหญ่เรียนรู้แตกต่างจากเด็กอย่างไร โดยทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และเน้นการทำความเข้าใจแรงจูงใจ บริบท รวมถึงประสบการณ์ชีวิตที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ มัลคอล์ม โนวล์ส (Malcolm Knowles) เป็นผู้ที่ทำให้คำว่า "แอนดราโกจี" เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในฐานะคำที่มีความหมายเกี่ยวกับการศึกษาสำหรับผู้ใหญ่ หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ของโนวล์สมีพื้นฐานมาจากข้อสมมติฐาน 5 ประการเกี่ยวกับลักษณะของผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่ ซึ่งนำไปสู่หลักการ 4 ข้อในการออกแบบการเรียนรู้

โนวล์สได้ระบุปัจจัยสำคัญ 5 ประการที่ทำให้ผู้เรียนผู้ใหญ่แตกต่างจากเด็ก ซึ่งเป็นรากฐานในการออกแบบการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ

1. แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) ผู้ใหญ่ต้องการเป็นผู้ควบคุม เมื่อผู้คนเติบโตขึ้น แนวคิดเกี่ยวกับตนเองจะพัฒนาจากการพึ่งพาไปสู่การเป็นผู้กำกับกับการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้ใหญ่ต้องการอิสระในการเลือกวิธีการ เวลา และสิ่งที่พวกเขาจะเรียนรู้ ดังนั้น ความยืดหยุ่นจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเรียนรู้และการสอน

2. ประสบการณ์ของผู้เรียนผู้ใหญ่ (Adult Learner Experience) ประสบการณ์เป็นทรัพยากร ผู้ใหญ่สะสมประสบการณ์มากมายที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับการเรียนรู้ได้ การศึกษาและการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพจะตระหนักถึงประสบการณ์ส่วนตัวและประสบการณ์ทางวิชาชีพเหล่านี้ และปรับการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความรู้เดิมของผู้เรียน

3. ความพร้อมในการเรียนรู้ (Readiness To Learn) ความเกี่ยวข้องคือทุกสิ่ง ความพร้อมในการเรียนรู้จะมุ่งเน้นไปที่ภารกิจการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางสังคมของผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่ต้องการได้รับความรู้ที่จะช่วยพวกเขาได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อเพิ่มพูนชีวิตส่วนตัวหรืออาชีพของพวกเขา ดังนั้น เมื่อเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง พวกเขาก็มีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจมากขึ้น

4. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Orientation To Learning) การแก้ปัญหาต้องแก้ไข ปัญหาในชีวิตจริง มุมมองของผู้ใหญ่ในการเรียนรู้เปลี่ยนจากการเลื่อนการประยุกต์ใช้ความรู้ไปสู่การแสวงหาการประยุกต์ใช้ในทันที การมุ่งเน้นการเรียนรู้จึงเปลี่ยนจากการเน้นที่หัวข้อวิชาไปสู่การเน้นที่การแก้ปัญหา ผู้ใหญ่เรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อหลักสูตรช่วยจัดการและรับมือกับปัญหาในชีวิตประจำวัน

5. แรงจูงใจในการเรียนรู้ (Motivation To Learn) มาจากภายใน ผู้ใหญ่โดยทั่วไปมีแรงจูงใจภายใน พวกเขาแสวงหาการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง สร้างความมั่นใจ ความก้าวหน้าในอาชีพ หรือเพื่อแสวงหาความสนใจที่มีความหมาย การศึกษาและการฝึกอบรมสำหรับผู้ใหญ่จึงควรเน้นการเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเพิ่มการจดจำ

หลักการสำคัญ 4 ประการของแอนดราโกจี โนวัลส์ได้นำข้อสมมติฐานเหล่านี้มาเป็นพื้นฐานในการนำเสนอหลักการ 4 ประการสำหรับการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งเน้นย้ำถึงการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น ความเกี่ยวข้อง และการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ

1. การมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการวางแผนและการประเมิน (Learner Involvement in Planning, Evaluation, And Other Aspects) ผู้ใหญ่จะเข้าใจข้อมูลได้ดีขึ้นเมื่อพวกเขามีส่วนร่วมในการกระบวนกรเรียนรู้ของตนเอง พวกเขาจำเป็นต้องมีการตั้งเป้าหมาย ตัวเลือกในการเลือกเนื้อหา และการประเมินผลลัพธ์ เพื่อให้รู้สึกเป็นเจ้าของและมีแรงจูงใจ

2. ประสบการณ์เป็นทรัพยากร (Experience As A Resource) ประสบการณ์และข้อมูลเชิงลึกที่มีค่าที่ผู้ใหญ่ได้รับมาตลอดหลายปีไม่สามารถถูกมองข้ามได้ และควรถูกนำมาผนวกเข้ากับกระบวนกรเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างการอภิปรายและการฝึกอบรม

3. ความเกี่ยวข้องกับชีวิตจริงในทันที (Immediate Relevance To Real Life) โปรแกรมการฝึกอบรมและหลักสูตรการศึกษาที่มุ่งเน้นไปที่สถานการณ์และงานในชีวิตจริงจะช่วยให้ผู้ใหญ่เรียนรู้ได้ดีขึ้น การจัดหาเครื่องมือและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการปัจจุบันหรือการพัฒนาทักษะถือว่ามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่า

4. การเรียนรู้ที่เน้นปัญหาเป็นศูนย์กลาง (Problem-Centered Learning) ผู้ใหญ่ จะทำได้ดีเมื่อการเรียนรู้ของพวกเขามุ่งเน้นไปที่การจัดการกับปัญหาหรือความท้าทายในทันที การเรียนรู้ที่เน้นปัญหาเป็นศูนย์กลางจะส่งเสริมการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติและการคิดเชิงวิพากษ์

ประโยชน์ของการใช้ทฤษฎีการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ การทำความเข้าใจหลักการ เหล่านี้ทำให้การศึกษาสำหรับผู้ใหญ่มีประสิทธิภาพและมีความหมายมากขึ้น ประโยชน์ที่สำคัญ ได้แก่

- การมีส่วนร่วมของผู้เรียน ผู้ใหญ่จะใส่ใจมากขึ้นเมื่อเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตหรืออาชีพของตน

- การจดจำ เมื่อผู้ใหญ่เชื่อมโยงความคิดใหม่เข้ากับประสบการณ์ในชีวิตจริง พวกเขามักจะจดจำความรู้ได้ดีขึ้น

- การกำกับตนเอง ผู้ใหญ่ที่สามารถควบคุมการเรียนรู้ของตนเองได้จะรู้สึกมั่นใจ และมีแรงจูงใจมากขึ้น

การเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่เป็นเหมือนการสร้างบ้านที่มั่นคง ประสบการณ์ คือรากฐานที่แข็งแกร่ง ส่วน แรงจูงใจภายใน คือพลังงานที่ขับเคลื่อนให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และ หลักการเรียนรู้ คือพิมพ์เขียวที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถควบคุมการสร้างบ้าน (ความรู้) ได้ด้วยตนเอง ทำให้บ้านนั้นตรงกับความต้องการและใช้งานได้จริงในชีวิต

Harry Cloke (2024) ได้กล่าวถึง หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ไว้ดังนี้ หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ (Adult Learning Theory) หรือที่รู้จักกันในชื่อ แอนดราโกจี (Andragogy) คือทฤษฎีที่มัลคอล์ม โนลส์ (Malcolm Knowles) นักการศึกษาและนักวิจัยชาวอเมริกัน ได้นำเสนอ ซึ่งเน้นย้ำถึงวิธีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันของผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่เมื่อเทียบกับผู้เรียนที่อายุน้อยกว่า คำว่า "แอนดราโกจี" มาจากภาษากรีกแปลว่า "การนำผู้ชาย" ซึ่งตรงข้ามกับ "พีดาโกจี (Pedagogy)" ที่แปลว่า "การนำเด็ก" ทฤษฎีนี้เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (L&D) ควรรู้ เพื่อออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้เรียนที่บรรลุนิติภาวะ โนลส์ ได้กำหนด สี่หลักการหลักของแอนดราโกจี เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักการศึกษาในการสอนผู้ใหญ่

1. การมีส่วนร่วม (Involvement) ผู้ใหญ่จำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนและการประเมินประสบการณ์การเรียนรู้ของตนเอง พวกเขาต้องการควบคุมว่าพวกเขาจะเรียนรู้อะไร เมื่อไร และอย่างไร การทำเช่นนี้เป็นการเปลี่ยนแนวทางการสอนจากที่เน้นผู้สอนเป็นศูนย์กลาง ไปสู่สภาพแวดล้อมที่เน้นการทำงานร่วมกันมากขึ้น

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experiences) ประสบการณ์ในอดีตของผู้ใหญ่ ทั้งความสำเร็จและความผิดพลาด ล้วนเป็นพื้นฐานสำหรับกิจกรรมการเรียนรู้ในอนาคต ประสบการณ์เหล่านี้เพิ่มบริบทให้กับข้อมูลใหม่ที่เราเรียนรู้ ดังนั้น โปรแกรมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงควรมุ่งเน้นการเชื่อมโยงข้อมูลใหม่เข้ากับฐานความรู้เดิมของผู้เรียน

3. หัวข้อที่เกี่ยวข้อง (Relevant Topics) ผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่มีความสนใจมากที่สุดใน การเรียนรู้เกี่ยวกับหัวข้อที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง กับพวกเขา ผู้สอนควรพยายามเชื่อมโยงสื่อ การเรียนรู้เข้ากับความท้าทายที่ผู้เรียนเผชิญอยู่หรือเป้าหมายที่พวกเขากำลังพยายามทำให้สำเร็จ

4. การเรียนรู้ที่เน้นปัญหาเป็นศูนย์กลาง (Problem-Centric Learning) การเรียนรู้ ของผู้ใหญ่มักจะเน้นที่ ปัญหาเป็นศูนย์กลาง หรือเน้นที่งานเป็นหลัก การให้โอกาสในการท่องจำ แบบง่าย ๆ จึงไม่เพียงพอ กิจกรรมการเรียนรู้ควรส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์และการประยุกต์ใช้ ความรู้ใหม่ในทางปฏิบัติ

ข้อสมมติฐานหลัก 6 ประการเกี่ยวกับผู้เรียนผู้ใหญ่ เพื่อให้เข้าใจความต้องการของ ผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่ โนลส์ได้ระบุลักษณะสำคัญ 6 ประการที่ทำให้พวกเขาแตกต่างจากผู้เรียนที่ อายุน้อย

1. ความต้องการที่จะรู้ (Need to Know) ผู้ใหญ่มีความต้องการที่จะรู้ เหตุผล เบื้องหลัง การเรียนรู้ของพวกเขาก่อนที่จะเริ่มเนื้อหา หากพวกเขาไม่เห็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ของเนื้อหาการฝึกอบรม พวกเขาก็ไม่น่าจะทุ่มเทความพยายามในการเรียนรู้เพียงเพื่อการเรียนรู้ เท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากเด็กที่มักจะทำตามคำแนะนำของครูโดยไม่ต้องหาเหตุผล

2. มโนทัศน์แห่งตน (Self-Concept) เมื่อโตขึ้น ผู้ใหญ่จะมีความเป็นอิสระมาก ขึ้นและกลายเป็น บุคคลที่สามารถกำกับตนเองได้ (self-directed individuals) แทนที่จะเป็น บุคลิกที่ต้องพึ่งพาผู้อื่นเหมือนเด็ก ด้วยเหตุนี้ ผู้เรียนผู้ใหญ่จึงชอบแนวทางการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการ กำกับตนเองมากกว่าการฝึกอบรมที่นำโดยผู้สอน

3. ประสบการณ์ของผู้เรียนผู้ใหญ่ (Adult Learner Experience) ผู้ใหญ่มี ประสบการณ์ในอดีตที่กว้างขวาง ทั้งจากการศึกษา การฝึกอบรม งาน และเหตุการณ์ในชีวิต ซึ่ง สามารถใช้เป็นรากฐานสำหรับการเรียนรู้เพิ่มเติมได้ ผู้สอนไม่ควรสมมติว่าผู้เรียนเป็นผู้เริ่มต้นโดย ไม่ได้ทำความเข้าใจว่าพวกเขามีความรู้และทักษะอะไรอยู่แล้ว

4. ความพร้อมในการเรียนรู้ (Readiness to Learn) ผู้ใหญ่ต้องการและพร้อมที่จะ เรียนรู้เมื่อมีเหตุผลที่ดีในการทำเช่นนั้น พวกเขากระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งที่จะช่วยให้พวกเขาบรรลุ

เป้าหมายหรืองานที่เกี่ยวข้องให้สำเร็จ พวกเขาจะเลือกรับข้อมูลมากขึ้นและใส่ใจว่า "ทำไม" ถึงต้องเรียนรู้

5. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Orientation of Learning) ผู้เรียนผู้ใหญ่ต้องการให้การเรียนรู้ของพวกเขาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ พวกเขาเปลี่ยนจากการเน้นที่เนื้อหาวิชาเป็นศูนย์กลางไปสู่การเน้นที่ ปัญหาเป็นศูนย์กลาง กล่าวคือ ผู้ใหญ่ต้องการเรียนรู้ทักษะที่นำไปใช้ได้จริงเพื่อช่วยแก้ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่

6. แรงจูงใจในการเรียนรู้ (Motivation to Learn) แรงจูงใจในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่กลายเป็น แรงจูงใจภายใน แรงจูงใจเหล่านี้เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ การเพิ่มเงินเดือน หรือการเสริมสร้างความนับถือตนเอง ซึ่งแตกต่างจากเด็กที่มักจะเรียนรู้จากปัจจัยภายนอก (เช่น พ่อแม่และครู)

การทำความเข้าใจความแตกต่างระหว่างแนวทางเชิงพีดากอจี (สำหรับเด็ก) และแนวทางเชิงแอนดราโกจี (สำหรับผู้ใหญ่) ถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างโปรแกรมการฝึกอบรมสำหรับผู้ใหญ่ แนวทางแอนดราโกจีจะสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เชี่ยวชาญด้าน L&D เชื่อมโยงประสบการณ์การเรียนรู้เข้ากับสิ่งที่ผู้ใหญ่ รู้อยู่แล้ว และสิ่งที่พวกเขา จำเป็นต้องรู้ เพื่อทำความเข้าใจหลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ลองนึกภาพว่ามันเหมือนกับการให้แผนที่นำทางแก่นักสำรวจที่มีประสบการณ์ แทนที่จะเป็นครูที่จูงมือเด็ก ผู้สำรวจ (ผู้ใหญ่) มีเครื่องมือและประสบการณ์อยู่แล้ว (ประสบการณ์เดิม) และต้องการเพียงแผนที่ที่เน้นย้ำว่าทำไมการเดินทางนี้จึงสำคัญ (Need to Know) และเส้นทางใดที่จะช่วยให้พวกเขาไปถึงจุดหมายที่ต้องการ (Problem-Centric Learning) ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

Michael Feder (2024) ได้กล่าวถึง หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ไว้ดังนี้ หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่เป็นแนวคิดที่เรียกว่า "andragogy" ซึ่งถูกเสนอโดย Malcolm Knowles ศาสตราจารย์ด้านการศึกษานในปี 1968 Knowles ได้แย้งว่าอุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดต่อศักยภาพสูงสุดของการศึกษาสำหรับผู้ใหญ่คือการที่มันถูกผูกมัดและถูกขัดขวางโดยแนวคิดและวิธีการของการศึกษาแบบดั้งเดิมสำหรับเด็ก (pedagogy) Knowles จึงเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบในการศึกษาผู้ใหญ่ โดยมุ่งเน้นที่การสนับสนุนลักษณะเฉพาะและความต้องการของผู้เรียนผู้ใหญ่ Knowles ได้ตั้งสมมติฐานทางเลือกเกี่ยวกับผู้เรียนผู้ใหญ่ ซึ่งทำหน้าที่เป็นหลักการพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ (Adult Learning Theory)

หลักการเหล่านี้ช่วยสร้างกรอบงานที่มีประสิทธิภาพสำหรับการพัฒนาการศึกษาของผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยเน้นย้ำว่าผู้ใหญ่ใช้ประสบการณ์ชีวิตที่สะสมมาในการเรียนรู้ และให้ความสำคัญอย่างมากกับการบรรลุเป้าหมายระยะยาว

1. Need to know (ความต้องการที่จะรู้) ผู้ใหญ่มีความปรารถนาที่จะเข้าใจเหตุผลพื้นฐานสำหรับการเรียนรู้ของตน พวกเขาจะเข้าร่วมอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้นเมื่อพวกเขามองเห็นความเกี่ยวข้องและประโยชน์ใช้สอยของความรู้ใหม่ โดยเน้นความสำคัญของบริษัทและการนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาผู้ใหญ่

2. Self-directed learning (การเรียนรู้ที่กำกับตนเอง) ผู้เรียนผู้ใหญ่แสดงให้เห็นถึงความชอบในความเป็นอิสระในการเรียนรู้ ซึ่งรวมถึงการตั้งวัตถุประสงค์การเรียนรู้ด้วยตนเอง การเลือกวิธีการและแหล่งข้อมูลสำหรับการเรียนรู้ และการประเมินความก้าวหน้าของตนเอง หลักการนี้ถือเป็นศูนย์กลางของหลักการพื้นฐานหกประการของ andragogy โดยผู้เรียนผู้ใหญ่จะได้รับแรงจูงใจจากปัจจัยภายใน

3. Drawing from lived experiences (การดึงประสบการณ์ชีวิตมาใช้) ผู้ใหญ่จะผสมรวมประสบการณ์ส่วนตัวและประสบการณ์ทางอาชีพเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ สิ่งนี้ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้และช่วยให้พวกเขาสามารถเชื่อมโยงความรู้ใหม่เข้ากับกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่ ซึ่งอำนวยความสะดวกในการทำความเข้าใจและการจดจำที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น การตระหนักถึงประสบการณ์ชีวิตที่มีอยู่และคลังความรู้ที่ผู้ใหญ่มีนั้นมีความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ใหญ่

4. Readiness to learn (ความพร้อมในการเรียนรู้) ผู้เรียนผู้ใหญ่มักจะมีค่านิยมเชิงที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เมื่อพวกเขามองเห็นความเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตของพวกเขา ความพร้อมนี้มักเกิดจากภารกิจหรือความท้าทายในโลกแห่งความเป็นจริง ทำให้การเรียนรู้ตามสถานการณ์มีความมีประสิทธิภาพเป็นพิเศษ

5. Life-centered orientation to learning (การเรียนรู้ที่เน้นชีวิตเป็นศูนย์กลาง) จุดเน้นของการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่มักจะอยู่กับการแก้ปัญหาเชิงปฏิบัติและการบรรลุเป้าหมาย ผู้เรียนผู้ใหญ่มักจะชอบสถานการณ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับประสบการณ์ชีวิตและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตของตนได้ทันที

6. Intrinsic motivation (แรงจูงใจภายใน) แรงผลักดันเบื้องหลังการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ส่วนใหญ่มักเป็นแรงจูงใจภายใน แรงขับเคลื่อนภายในนี้มักมาจากความปรารถนาในการ

พัฒนาตนเอง ความก้าวหน้าในอาชีพ หรือการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน มากกว่าการ ถูกบังคับหรือรางวัลจากภายนอก

ทฤษฎีนี้มีความสำคัญในบริบทของการศึกษาและการพัฒนาทางวิชาชีพ เนื่องจาก เน้นที่การทำความเข้าใจและรองรับความต้องการการเรียนรู้ที่แตกต่างกันของผู้ใหญ่

- ตระหนักถึงรูปแบบการเรียนรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ ผู้เรียนผู้ใหญ่แตกต่างจากเด็กใน รูปแบบการเรียนรู้ โดยพวกเขา นำประสบการณ์ชีวิตและความรู้ที่มีอยู่มากมายมาประกอบ ซึ่งช่วย กำหนดแนวทางในการเรียนรู้ข้อมูลใหม่

- เพิ่มการมีส่วนร่วมและการจดจำ ทฤษฎีนี้เน้นความเกี่ยวข้องและการนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ การทำให้การเรียนรู้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตส่วนตัวหรืออาชีพ ช่วยให้การศึกษามีส่วนร่วมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นำไปสู่การจดจำและการประยุกต์ใช้ ความรู้ที่ดีขึ้น

- สอดคล้องกับแรงจูงใจและเป้าหมายของผู้ใหญ่ ผู้เรียนผู้ใหญ่มักถูกขับเคลื่อน ด้วยเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ การเติบโตส่วนบุคคล หรือการพัฒนา ทักษะ การปรับเป้าหมายการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับแรงจูงใจเหล่านี้ช่วยให้มั่นใจว่าการเรียนรู้ไม่ เพียงมีความเกี่ยวข้อง แต่ยังมีส่วนช่วยโดยตรงในการบรรลุเป้าหมายของผู้เรียน

ในการปฏิบัติจริง การประยุกต์ใช้หลักการเหล่านี้จะเห็นได้ในการออกแบบหลักสูตรที่ ช่วยให้นักศึกษามีโอกาสไตร่ตรอง วางแผน และกำหนดทิศทางของงานเพื่อให้สอดคล้องกับชีวิต ของพวกเขาได้ดีที่สุด เช่น ผ่านการเข้าถึงชั้นเรียนตลอด 24 ชั่วโมง และการได้รับโอกาสในการ ประยุกต์ใช้ทฤษฎีสู่การปฏิบัติผ่านโครงการ กรณีศึกษา หรือกิจกรรมการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วม ชั้น นอกจากนี้ คณาจารย์จะนำประสบการณ์ในอุตสาหกรรมของตนมาใช้ในการอภิปรายและการ ให้ข้อเสนอแนะในโครงการ เพื่อเพิ่มความเกี่ยวข้องในโลกแห่งความเป็นจริงของบทเรียนใน หลักสูตร

จากที่มีผู้กล่าวถึง หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ สามารถสรุปได้ดังนี้ ทฤษฎีการ จัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ (Andragogy) เป็นกรอบแนวคิดทางการศึกษาที่อธิบายลักษณะและ กระบวนการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้ของเด็ก โดยให้ความสำคัญกับผู้เรียนเป็น ศูนย์กลาง เน้นความเป็นอิสระในการเรียนรู้ ประสบการณ์ชีวิต แรงจูงใจภายใน และการนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้ในบริบทจริงของชีวิตและการทำงาน แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาและทำให้เป็นที่ แพร่หลายโดย มัลคอล์ม โนวอลล์ แก่นสำคัญของทฤษฎีแอนดราโกยีอยู่บน ข้อสมมติฐานเกี่ยวกับ ผู้เรียนผู้ใหญ่ ได้แก่ ผู้ใหญ่ต้องการทราบเหตุผลของการเรียนรู้ มีความสามารถในการกำกับ

เรียนรู้ด้วยตนเอง มีประสบการณ์ชีวิตสะสมซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญ มีความพร้อมในการเรียนรู้เมื่อเนื้อหาสอดคล้องกับบทบาทและความจำเป็นในชีวิต มุ่งเน้นการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาในชีวิตจริง และมีแรงจูงใจในการเรียนรู้ที่เกิดจากภายในมากกว่าการบังคับจากภายนอก

จากข้อสมมติฐานดังกล่าว นำไปสู่ หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการวางแผนและประเมินผลการเรียนรู้ การใช้ประสบการณ์เดิมของผู้เรียนเป็นฐานในการสร้างความรู้ใหม่ การจัดการเรียนรู้ที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถนำไปใช้ได้ทันทีในชีวิตจริง และการออกแบบการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นปัญหาเป็นศูนย์กลางมากกว่าการถ่ายทอดเนื้อหาเชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ช่วยให้การจัดการศึกษาและการฝึกอบรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วม การจดจำ และการเรียนรู้ด้วยการกำกับตนเอง ผู้เรียนผู้ใหญ่สามารถเชื่อมโยงความรู้ใหม่เข้ากับประสบการณ์เดิม เห็นคุณค่าและประโยชน์ของการเรียนรู้ และนำความรู้ไปใช้พัฒนาตนเอง อาชีพ และคุณภาพชีวิตได้อย่างเป็นรูปธรรม

โดยสรุป ทฤษฎีแอนดราโกจีมองว่าการเรียนรู้ของผู้ใหญ่เป็นกระบวนการที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ แรงจูงใจภายใน และการเรียนรู้ที่มีเป้าหมายชัดเจน การออกแบบการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับหลักการดังกล่าวจะช่วยให้การศึกษาสำหรับผู้ใหญ่เกิดความหมาย เกิดประสิทธิผล และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างแท้จริง

5. ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer

มีผู้กล่าวถึง ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer ไว้ดังนี้

Richard E. Mayer (2019) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer ไว้ดังนี้ หลักการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย 12 ประการ ของ Richard E. Mayer เป็นแนวทางสำคัญในการสร้างสรรค์สื่อการสอนหรืองานนำเสนอ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถจดจำและทำความเข้าใจเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

1. หลักความสอดคล้อง (Coherence Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อมีการตัดคำ ภาพ หรือเสียงที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาออกไป แทนที่จะใส่ข้อมูลส่วนเกินเข้ามา
2. หลักการส่งสัญญาณ (Signaling Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อมีการเพิ่มเบาะแสหรือสัญญาณที่ช่วยเน้นย้ำถึงการจัดระเบียบของเนื้อหาที่สำคัญ
3. หลักความซ้ำซ้อน (Redundancy Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีจากภาพกราฟิกและการบรรยาย มากกว่าการใช้ทั้งภาพกราฟิก การบรรยาย และข้อความบนหน้าจอพร้อมกันทั้งหมด

4. หลักความใกล้ชิดทางพื้นที่ (Spatial Contiguity Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อจัดวางคำศัพท์และรูปภาพที่สอดคล้องกันให้อยู่ใกล้กันบนหน้าจอ แทนที่จะวางไว้ห่างกัน

5. หลักความใกล้ชิดทางเวลา (Temporal Contiguity Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อมีการนำเสนอคำพูดและรูปภาพที่เกี่ยวข้องไปพร้อม ๆ กัน แทนที่จะนำเสนอทีละอย่างตามลำดับ

6. หลักการแบ่งเป็นส่วน (Segmenting Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีจากบทเรียนมัลติมีเดียที่แบ่งเนื้อหาเป็นส่วนย่อย ๆ และให้ผู้เรียนกำหนดจังหวะการเรียนรู้ได้เอง แทนที่จะนำเสนอเป็นบทเรียนต่อเนื่องยาว ๆ เพียงชุดเดียว

7. หลักการเตรียมความพร้อม (Pre-training Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อพวกเขาทราบชื่อและคุณลักษณะของแนวคิดหลักก่อนที่จะเริ่มเข้าสู่บทเรียนมัลติมีเดียนั้น

8. หลักการใช้ประสาทสัมผัส (Modality Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีจากภาพกราฟิกและการบรรยายด้วยเสียง มากกว่าการใช้อนิเมชันประกอบกับข้อความบนหน้าจอ

9. หลักมัลติมีเดีย (Multimedia Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้จากคำพูดและรูปภาพร่วมกันได้ดีกว่าการเรียนรู้จากคำพูดเพียงอย่างเดียว

10. หลักความเป็นกันเอง (Personalization Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อบทเรียนใช้ภาษาในสไตล์การสนทนา แทนที่จะใช้ภาษาที่เป็นทางการจนเกินไป

11. หลักการใช้เสียง (Voice Principle) ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อเสียงบรรยายเป็นเสียงมนุษย์ที่เป็นมิตร มากกว่าการใช้เสียงสังเคราะห์จากเครื่องจักร

12. หลักการใช้ภาพ (Image Principle) การเพิ่มภาพใบหน้าของผู้พูดลงบนหน้าจอไม่จำเป็นว่าจะช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้จากบทเรียนมัลติมีเดียได้ดีขึ้นเสมอไป

หลักการเหล่านี้ช่วยให้ผู้ที่ต้องการออกแบบคอร์สออนไลน์หรือปรับปรุงการสอนแบบ Flip Classroom สามารถสร้างสื่อที่ดึงดูดและช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้าเพียงอย่างเดียว

Serhat Kurt (2024) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer ไว้ดังนี้ ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer (Mayer's Principles of Multimedia Learning) ถูกนำเสนอโดย Richard E. Mayer ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาการศึกษาและศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาที่มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ซานตาบาร์บารา (UCSB) ทฤษฎีนี้ประกอบด้วยหลักการ 12 ประการที่ออกแบบมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำเสนอ มัลติมีเดีย การเรียนรู้แบบมัลติมีเดียเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ผ่านการผสมผสานระหว่างคำพูดและภาพ ซึ่งบางครั้งอาจรวมถึงองค์ประกอบทางประสาทสัมผัสอื่น ๆ

เช่น การสัมผัส กลิ่น หรือรสชาติ แม้ว่าจะไม่บ่อยนัก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในด้านนี้ส่วนใหญ่ มุ่งเน้นไปที่การเรียนรู้โดยใช้ข้อความและภาพ

ข้อดีของการเรียนรู้แบบมัลติมีเดีย

- เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เรียน เนื้อหามัลติมีเดียมีการโต้ตอบและกระตุ้นการมองเห็น ซึ่งดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสื่อที่เป็นข้อความแบบดั้งเดิม
- เพิ่มความเข้าใจและการจดจำ การนำเสนอข้อมูลผ่านหลายรูปแบบช่วยให้ผู้เรียนสามารถประมวลผลและจดจำหัวข้อที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าถึงเนื้อหาจากมุมที่หลากหลาย
- รองรับรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้การศึกษามีความยืดหยุ่น เข้าถึงได้ และครอบคลุมผู้เรียนทุกคน

หลักการพื้นฐานทางด้านองค์ความรู้ (Cognitive Principles) ทฤษฎีการออกแบบมัลติมีเดีย (Multimedia Design Theory) ถือเป็นรากฐานสำคัญ โดยมีแนวคิดว่าการรวมคำพูดเข้ากับภาพจะส่งเสริมการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งซึ่งกว่าการใช้คำพูดเพียงอย่างเดียว แต่เพื่อให้เนื้อหามัลติมีเดียมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง ต้องได้รับการออกแบบโดยคำนึงถึงหลักการทางองค์ความรู้หลักสามประการ ได้แก่

1. Active Processing (การประมวลผลเชิงรุก) การเรียนรู้จะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการทางองค์ความรู้ที่ช่วยจัดระเบียบและทำความเข้าใจข้อมูลอย่างกระตือรือร้น
2. Dual-Channel Processing (การประมวลผลสองช่องทาง) ข้อมูลจะถูกประมวลผลผ่านช่องทางหลักสองช่องทาง ช่องทางหนึ่งสำหรับข้อมูลภาพและรูปภาพ และอีกช่องทางหนึ่งสำหรับข้อมูลเสียงและคำพูด
3. Limited Capacity (ขีดจำกัดความสามารถ) แต่ละช่องทางสามารถจัดการข้อมูลได้ในปริมาณจำกัดเท่านั้น ดังนั้นเนื้อหาจึงควรถูกออกแบบมาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาระทางองค์ความรู้ที่มากเกินไป (cognitive overload)

หลักการมัลติมีเดีย 12 ประการของ Mayer หลักการเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นแนวทางอันทรงคุณค่าสำหรับนักออกแบบที่ต้องการปรับปรุงการเรียนรู้ผ่านเนื้อหามัลติมีเดีย

1. Coherence Principle (หลักการความสอดคล้อง) การเรียนรู้จะดีขึ้นเมื่อลดหรือตัดคำพูด ภาพ และเสียงที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป ตัวอย่างเช่น การตัดเพลงพื้นหลังและภาพที่ไม่จำเป็นออกจากการนำเสนอ

2. Signaling Principle (หลักการการส่งสัญญาณ) การเพิ่มสัญญาณที่เน้นข้อมูลและโครงสร้างหลักช่วยเพิ่มการเรียนรู้ เช่น การใช้ตัวอักษรหนาหรือลูกศรเพื่อชี้นำความสนใจไปยังจุดสำคัญ

3. Redundancy Principle (หลักการความซ้ำซ้อน) ภาพประกอบพร้อมเสียงบรรยายจะส่งเสริมความเข้าใจได้ดีกว่าการรวมภาพประกอบเข้ากับทั้งเสียงบรรยายและข้อความบนหน้าจอพร้อมกัน

4. Spatial Contiguity Principle (หลักการความประชิดทางพื้นที่) การนำเสนอคำพูดและภาพที่เกี่ยวข้องไว้ใกล้กันจะช่วยให้ผู้เรียนซึมซับข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การวางป้ายกำกับไว้ถัดจากกราฟที่อธิบายโดยตรง

5. Temporal Contiguity Principle (หลักการความประชิดทางเวลา) การแสดงคำพูดและภาพที่เกี่ยวข้องพร้อมกันจะช่วยให้ความเข้าใจดีกว่าการแสดงแยกกัน เช่น การซิงค์เสียงบรรยายให้สอดคล้องกับการเคลื่อนไหวของแอนิเมชัน

6. Segmenting Principle (หลักการการแบ่งส่วน) การแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนย่อยที่ผู้เรียนสามารถควบคุมได้ (เช่น การกำหนดจังหวะการเรียนรู้เอง) จะช่วยเพิ่มความเข้าใจ เมื่อเทียบกับการนำเสนอเนื้อหาทั้งหมดในคราวเดียว

7. Pre-training Principle (หลักการการฝึกอบรมเบื้องต้น) การให้ผู้เรียนคุ้นเคยกับแนวคิดและคำศัพท์หลักล่วงหน้าจะช่วยให้ในการทำความเข้าใจเนื้อหาที่ซับซ้อนในภายหลัง

8. Modality Principle (หลักการรูปแบบการนำเสนอ) กราฟฟิกพร้อมเสียงบรรยายจะให้ผลดีกว่าการจับคู่แอนิเมชันกับข้อความบนหน้าจอ

9. Multimedia Principle (หลักการมัลติมีเดีย): การเรียนรู้จะดีขึ้นเมื่อมีการรวมภาพและข้อความเข้าด้วยกันมากกว่าการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียว

10. Personalization Principle (หลักการความเป็นส่วนตัว): การใช้รูปแบบการสื่อสารที่เป็นกันเอง (conversational style) ในเนื้อหา มัลติมีเดีย เช่น การใช้สรรพนาม "ฉัน" "คุณ" "เรา" และน้ำเสียงที่ผ่อนคลาย จะทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากกว่าการใช้โทนที่เป็นทางการ

11. Voice Principle (หลักการเสียง): การใช้เสียงบรรยายที่เป็นธรรมชาติและเป็นมิตรจากมนุษย์จะส่งเสริมการเรียนรู้ได้ดีกว่าเสียงสังเคราะห์

12. Image Principle (หลักการรูปภาพ) การเพิ่มภาพของผู้สอน (หรือ talking heads ในวิดีโอ) ไม่จำเป็นต้องปรับปรุงผลลัพธ์การเรียนรู้เสมอไป ควรหลีกเลี่ยงการรวมภาพวิดีโอ

ของผู้สอนในงานนำเสนอมีมิติเดียวแบบอะซิงโครนัสที่มีภาพและข้อความอยู่แล้ว เว้นแต่จะต้องการเสริมการมีอยู่ของผู้สอนหรือส่งเสริมความรู้ลึกของการเชื่อมโยงทางสังคม

หลักการ 12 ประการของ Mayer เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับนักออกแบบการสอนและการพัฒนา eLearning เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่เพิ่มการมีส่วนร่วม ความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น และการจดจำข้อมูลที่ดีขึ้น

Andrew DeBell (2019) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer ไว้ดังนี้ ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer คือ หลักการ 12 ข้อของการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Richard Mayer (Richard Mayer's 12 Principles of Multimedia Learning) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีคุณค่าอย่างยิ่งในการเป็นแนวทางสร้างสรรค์เนื้อหา หลักการเหล่านี้ถูกใช้เป็นการอบงานในการเปลี่ยนเนื้อหาที่น่าเบื่อและไม่ น่าจดจำให้เป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีส่วนร่วม

หลักการของ Mayer เปรียบเสมือนคู่มือลัดที่ช่วยให้แน่ใจว่าภาพ (visuals) และคำพูด (words) เชื่อมโยงกับผู้เรียน ทฤษฎีนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างงานนำเสนอ (presentations) ชุดฝึกอบรมที่นำโดยผู้สอน (instructor-led training decks) คอร์สเรียนออนไลน์ (eLearning courses) หรือเนื้อหาวิดีโอ โดยหลักการเหล่านี้ช่วยนำทางวิธีการโต้ตอบระหว่างรูปภาพและข้อความ เพื่อให้ผู้ชมมีโอกาสสูงสุดในการจดจำและนำข้อมูลไปใช้จริง

การเรียนรู้มัลติมีเดีย (Multimedia learning) สามารถนิยามได้ว่าเป็นรูปแบบของการเรียนการสอนที่ใช้สื่อดิจิทัลช่วย โดยใช้ประสาทสัมผัสสองรูปแบบในเวลาเดียวกัน หมายถึงการเรียนรู้อ่านการใช้ภาพ เช่น รูปภาพ แอนิเมชัน ข้อความ วิดีโอ และเสียง เช่น เสียงบรรยาย ร่วมกัน ตั้งแต่ทศวรรษ 1970 มีการยืนยันทางวิทยาศาสตร์แล้วว่าองค์ประกอบทางภาพ (visual elements) เช่น รูปภาพ มีประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการใช้เพียงแค่ข้อความอย่างเดียว

หลักการ 12 ข้อของ Mayer โดยได้เขียนอธิบายงานวิจัยของเขาเกี่ยวกับวิธีการจัดโครงสร้างประสบการณ์การเรียนรู้มัลติมีเดียอย่างดีที่สุดเพื่อเพิ่มความเข้าใจของผู้เรียนไว้ในหนังสือชื่อ Multimedia Learning หลักการทั้ง 12 ข้อมีดังนี้

1. หลักความสอดคล้อง (The Coherence Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อไม่มีการรวมเนื้อหาที่ฟุ่มเฟือยหรือทำให้เสียสมาธิเข้ามา โดยพื้นฐานแล้วคือการตัดส่วนที่ไม่จำเป็น ออก และใช้เฉพาะข้อมูลที่ผู้เรียนต้องการเท่านั้น ซึ่งมักหมายถึงข้อความและภาพที่เรียบง่ายและเกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อการเรียนรู้

2. หลักการส่งสัญญาณ (The Signaling Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อมีการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าควรมุ่งความสนใจไปที่ส่วนใดบนหน้าจอ วิธีการใช้หลักการนี้คือการให้

คุณสมบัติต่าง ๆ เช่น การเน้นคำที่สำคัญ (highlighting) หรือการใช้ลูกศรแอนิเมชันเพื่อชี้ข้อมูลสำคัญ

3. หลักความซ้ำซ้อน (The Redundancy Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดโดยใช้การบรรยาย (narration) และภาพกราฟิก (graphics) เท่านั้น ไม่ใช่การใช้การบรรยาย กราฟิก และข้อความพร้อมกัน ทฤษฎีคือถ้ามีเสียงบรรยายและกราฟิกอยู่แล้ว การมีข้อความปรากฏบนจอเพิ่มเติมจะถือเป็นข้อมูลที่ซ้ำซ้อนและอาจทำให้ผู้เรียนรับข้อมูลมากเกินไป

4. หลักความใกล้ชิดเชิงพื้นที่ (The Spatial Contiguity Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อข้อความและภาพที่เกี่ยวข้องอยู่ใกล้กันทางกายภาพบนหน้าจอ การวางข้อความและกราฟิกที่สัมพันธ์กันไว้ใกล้กันจะช่วยให้ผู้เรียนประมวลผลข้อมูลได้ง่ายขึ้น

5. หลักความใกล้ชิดเชิงเวลา (The Temporal Contiguity Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อคำพูดและภาพที่สอดคล้องกันถูกนำเสนอพร้อมกัน แทนที่จะเรียงตามลำดับ เช่น แอนิเมชันหรือภาพควรเกิดขึ้นพร้อมกับเสียงบรรยาย

6. หลักการแบ่งส่วน (The Segmenting Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อข้อมูลถูกนำเสนอเป็นส่วน ๆ แทนที่จะเป็นกระแสดที่ยาวต่อเนื่อง Mayer พบว่าผู้เรียนทำแบบทดสอบการจดจำได้ดีขึ้นเมื่อพวกเขาสามารถควบคุมความเร็วในการเรียนรู้ได้

7. หลักการฝึกอบรมเบื้องต้น (The Pre-Training Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นหากพวกเขาเรียนรู้พื้นฐานบางอย่างอยู่แล้ว ซึ่งมักหมายถึงการทำความเข้าใจคำจำกัดความ, คำศัพท์, หรือแนวคิดพื้นฐานก่อนเริ่มประสบการณ์การเรียนรู้

8. หลักรูปแบบ (The Modality Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดจากภาพและคำพูดที่เปล่งออกมา (spoken words) มากกว่าภาพและคำที่พิมพ์ (printed words) หากมีภาพและข้อความมากเกินไป ผู้เรียนจะถูกครอบงำ

9. หลักมัลติมีเดีย (The Multimedia Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดจากคำพูดและรูปภาพ มากกว่าการใช้แค่คำพูดเพียงอย่างเดียว หลักการนี้ถือเป็นรากฐานของหลักการของ Mayer ทั้งหมด

10. หลักการทำให้เป็นส่วนตัว (The Personalization Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดจากน้ำเสียงที่เป็นกันเองและเป็นเชิงสนทนา (conversational voice) มากกว่าน้ำเสียงที่เป็นทางการมากเกินไป การใช้ภาษาที่เรียบง่ายและเป็นกันเอง รวมถึงการใช้บุรุษที่หนึ่ง จะช่วยปรับปรุงประสบการณ์การเรียนรู้

11. หลักเสียง (The Voice Principle) มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดจากเสียงของมนุษย์มากกว่าเสียงคอมพิวเตอร์ แม้ว่าการศึกษาสำหรับหลักการนี้จะยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น แต่ก็สมเหตุสมผลที่จะใช้เสียงมนุษย์ในการบรรยาย

12. หลักภาพ (The Image Principle) มนุษย์ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ได้ดีขึ้นจากวิดีโอที่มี "หัวพูดได้" (talking head video) ภาพและแอนิเมชันที่เกี่ยวข้องซึ่งช่วยเสริมเสียงบรรยายมักจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการแสดงภาพศีรษะของผู้สอน

โดยสรุปแล้ว หลักการของ Mayer นำเสนอแนวทางที่น่าสนใจในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้มัลติมีเดียที่มีประสิทธิภาพ โดยแสดงให้เห็นว่าการรวมภาพและคำพูดในลักษณะที่เสริมซึ่งกันและกันจะช่วยเพิ่มการเรียนรู้และการจดจำ หลักการเหล่านี้ให้รากฐานที่เชื่อถือได้สำหรับการเพิ่มผลลัพธ์การเรียนรู้ ในขณะที่ยังคงทำให้ประสบการณ์นั้นสนุกสนานและเข้าถึงได้

Digital Learning Institute (n.d.) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer ไว้ดังนี้ ทฤษฎีการเรียนรู้มัลติมีเดีย (multimedia learning theory) ของ Richard Mayer เป็นแนวคิดสำคัญสำหรับผู้ทำงานด้านการออกแบบการสอน (instructional designers) และผู้พัฒนา eLearning Mayer ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงที่มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ได้เผยแพร่ทฤษฎีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเรียนรู้มัลติมีเดียในปี 2001 หลักการที่เขาพัฒนาขึ้นหลังจากหลายปีของการวิจัยยังคงมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งในปัจจุบัน และทำหน้าที่เป็นพิมพ์เขียวในการจัดโครงสร้างองค์ประกอบมัลติมีเดียเพื่อเพิ่มผลลัพธ์การเรียนรู้ให้สูงสุด

ทฤษฎีการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Mayer ตั้งอยู่บนสมมติฐานหลักสามประการ

1. สมมติฐานช่องทางคู่ (Dual-channel assumption) ตามที่ Mayer กล่าว ผู้คนมีช่องทางที่แยกจากกันสองช่องทางสำหรับการประมวลผลข้อมูลทางเสียงและข้อมูลภาพ
2. สมมติฐานความจุจำกัด (Limited-capacity assumption) ทฤษฎีนี้ยอมรับว่าแต่ละคนมีความสามารถจำกัดในการดูดซับข้อมูลในเวลาใดเวลาหนึ่ง
3. สมมติฐานการประมวลผลเชิงรุก (Active-processing assumption) ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้คนควรมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกระบวนการเรียนรู้ แทนที่จะเป็นผู้รับข้อมูลแบบเฉยเมย

จากสมมติฐานเหล่านี้ Mayer ได้พัฒนาหลักการ 12 ข้อสำหรับการเรียนรู้มัลติมีเดีย ซึ่งมีพื้นฐานมาจากวิทยาศาสตร์ความรู้ความเข้าใจ และเป็นรายการตรวจสอบอันล้ำค่าสำหรับนักออกแบบที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ด้วยมัลติมีเดีย

หลักการ 12 ข้อของการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Mayer หลักการเหล่านี้ช่วยให้มั่นใจได้ว่า คุณสามารถเพิ่มความเข้าใจของผู้เรียน ปรับปรุงการคงอยู่ของความรู้ และเพิ่มผลลัพธ์การเรียนรู้

1. หลักการมัลติมีเดีย (Multimedia Principle) ผู้คนเรียนรู้ได้ดีที่สุดจากการรวมกันของคำและรูปภาพ นักออกแบบควรใช้คำ ข้อความหรือคำบรรยาย และภาพ รูปภาพ แอนิเมชัน หรือวิดีโอ แทนที่จะใช้เพียงช่องทางเดียว

2. หลักการความสอดคล้อง (Coherence Principle) การเรียนรู้จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นหากมีการตัดข้อมูลที่จำเป็นออก ควรตัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องหรือรายละเอียดที่ไม่จำเป็นที่อาจทำให้ผู้เรียนไขว้เขวจากข้อความหลัก

3. หลักการส่งสัญญาณ (Signalling Principle) การเรียนรู้จะดีขึ้นเมื่อมีการเพิ่มสัญญาณเพื่อดึงความสนใจไปยังข้อมูลที่สำคัญ การเน้นจุดสำคัญด้วยลูกศร ข้อความแสดงความคิดเห็น ไฮไลต์ หรือ ข้อความตัวหนา สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจง่ายขึ้น

4. หลักการซ้ำซ้อน (Redundancy Principle) หลักการนี้แนะนำว่าเราเรียนรู้ได้ดีที่สุดจากการรวมกันของคำพูดและกราฟิก การเพิ่มข้อความบนหน้าจอพร้อมกันอาจทำให้ผู้เรียนได้รับข้อมูลมากเกินไป ดังนั้น นักออกแบบควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลเดียวกันในหลายรูปแบบพร้อมกัน ควรใช้กราฟิกหรือข้อความเพื่อเสริมการนำเสนอด้วยคำพูดเท่านั้น แต่ไม่ควรใช้ทั้งสามอย่างพร้อมกัน

5. หลักการใกล้เคียงเชิงพื้นที่ (Spatial Contiguity Principle) ข้อความและภาพควรนำเสนอใกล้กันบนหน้าจอเพื่อเพิ่มการเรียนรู้ให้สูงสุด การจัดแนวภาพและข้อความเข้าด้วยกันจะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ง่ายขึ้น

6. หลักการใกล้เคียงเชิงเวลา (Temporal Contiguity Principle) ผู้เรียนเรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อคำและรูปภาพถูกนำเสนอพร้อมกัน แทนที่จะเป็นตามลำดับ ตัวอย่างเช่น ควรให้เสียงบรรยายเล่นไปพร้อมกับแอนิเมชัน

7. หลักการแบ่งส่วน (Segmenting Principle) ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ดีขึ้นจะเกิดขึ้นเมื่อข้อมูลถูกแบ่งส่วน และผู้เรียนมี การควบคุมความเร็วในการเรียนรู้ ข้อมูลที่ซับซ้อนควรถูกแบ่งออกเป็นส่วนย่อยที่จัดการได้ และผู้ใช้ควรได้รับอนุญาตให้ควบคุมความเร็วของการสอนด้วยปุ่ม "ถัดไป" หรือการควบคุมความเร็ว

8. หลักการก่อนการฝึกอบรม (Pre-training Principle) ผู้คนเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อพวกเขามีความรู้พื้นฐานอยู่แล้ว นักออกแบบควรให้ภาพรวมของแนวคิดหลัก คำจำกัดความ หรือ คำศัพท์ที่สำคัญ ก่อนที่จะนำเสนอเนื้อหาหลัก

9. หลักการรูปแบบ (Modality Principle) นักเรียนจะได้เรียนรู้ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นจาก ภาพ และคำพูด มากกว่าการใช้ข้อความและภาพ ควรจำกัดการใช้ข้อความ และฟังภาพ ภาพนิ่ง และเสียงบรรยาย

10. หลักการเสียง (Voice Principle) ผู้คนเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อมีผู้บรรยายที่เป็นมนุษย์จริง ๆ (real presenters) มาทำเสียงบรรยาย แทนที่จะเป็นเสียงจากเครื่องจักร

11. หลักการความเป็นส่วนตัว (Personalisation Principle) การเรียนรู้ด้วย มัลติมีเดียทำงานได้ดีที่สุดเมื่อมีการปรับให้เป็นส่วนตัวและมุ่งเน้นไปที่ผู้ใช้ นักออกแบบควรใช้ ภาษาที่เป็นกันเอง (conversational tone) และพูดในบุคคลที่หนึ่ง เช่น "ฉัน" "คุณ" "เรา"

12. หลักการรูปภาพ (Image Principle) หลักการนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้คนอาจไม่ได้เรียนรู้ ได้ดีขึ้นจากวิดีโอที่มีผู้พูดอยู่ตลอดเวลา (talking head videos) ภาพคุณภาพสูงที่เกี่ยวข้องและมีความหมายที่สอดคล้องกับเนื้อหาการสอนมักจะมีประสิทธิภาพมากกว่า

จากที่มีผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer สามารถสรุปได้ดังนี้ ทฤษฎีการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Mayer (Mayer's Multimedia Learning Theory) เป็นกรอบแนวคิดทาง จิตวิทยาการศึกษาที่อธิบายว่ามนุษย์เรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อมีการนำเสนอ เนื้อหาผ่านการผสมผสานระหว่างคำพูดและภาพอย่างเหมาะสม ทฤษฎีนี้มุ่งเน้นการออกแบบสื่อ การเรียนรู้ให้สอดคล้องกับกระบวนการทำงานของระบบความรู้ความเข้าใจของมนุษย์ เพื่อลด ภาระทางองค์ความรู้และส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความหมาย ทฤษฎีดังกล่าวตั้งอยู่บน สมมติฐานทางองค์ความรู้ 3 ประการ ได้แก่

1. ผู้เรียนมีช่องทางการประมวลผลข้อมูลแยกเป็นช่องทางภาพและช่องทางเสียง
2. แต่ละช่องทางมีขีดจำกัดในการรับและประมวลผลข้อมูล
3. การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการมีส่วนร่วมเชิงรุกของผู้เรียนในการ คัดเลือก จัดระเบียบ และบูรณาการข้อมูลใหม่เข้ากับความรู้เดิม

จากสมมติฐานเหล่านี้ Mayer ได้พัฒนา หลักการเรียนรู้มัลติมีเดีย 12 ประการ เพื่อใช้ เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อการเรียนรู้ ได้แก่ การลดข้อมูลที่ไม่จำเป็น การเน้นสาระสำคัญ การ หลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนของข้อมูล การจัดวางข้อความและภาพให้ใกล้กันทั้งเชิงพื้นที่และเวลา การ แบ่งเนื้อหาเป็นส่วนย่อย การเตรียมความรู้พื้นฐานล่วงหน้า การเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอที่ เหมาะสม การผสมผสานภาพและคำพูด การใช้ภาษาที่เป็นกันเอง การใช้เสียงบรรยายของมนุษย์ และการพิจารณาการใช้ภาพผู้สอนอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ หลักการทั้งหมดมีเป้าหมายร่วมกันคือการ เพิ่มความเข้าใจ การจดจำ และการนำความรู้ไปใช้จริงของผู้เรียน

โดยสรุป ทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer ชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้จะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อสื่อมัลติมีเดียได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับข้อจำกัดและศักยภาพของกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ หลักการดังกล่าวจึงเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการออกแบบการสอนงานนำเสนอ สื่อดิจิทัล และระบบ eLearning เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง มีส่วนร่วม และยั่งยืน

6. พอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง พอดแคสต์ ไว้ดังนี้

International podcast day (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง พอดแคสต์ ไว้ดังนี้ พอดแคสต์ถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกโดย Ben Hammersley ในบทความของหนังสือพิมพ์ Guardian เมื่อปี ค.ศ. 2004 ซึ่งเขาได้พูดถึงชื่อที่เป็นไปได้สำหรับสื่อใหม่ที่กำลังเติบโต โดยคำว่า “Pod” ในพอดแคสต์นั้นมาจากเครื่องเล่นสื่อดิจิทัล “iPod” ของ Apple ส่วนคำว่า “Cast” มาจากคำว่า “Broadcast” ซึ่งหมายถึงการออกอากาศทางวิทยุ

ชนินทร เพ็ญสูตร (2561) ได้กล่าวถึงพอดแคสต์ไว้ดังนี้ พอดแคสต์ถือเป็นสื่อชนิดใหม่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างผู้เล่าเรื่องและผู้ฟัง โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการเกิดขึ้นของไอพอด (iPod) ในปี ค.ศ. 2001 ซึ่งบริษัทแอปเปิล (Apple) ได้ผลิตไอพอดขึ้นมาวางจำหน่ายคำว่า “พอดแคสต์” ในระยะแรกยังไม่เป็นที่แพร่หลาย จนกระทั่งปี ค.ศ. 2004 เบน แฮมเมอร์สลีย์ (Ben Hammersley) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับสื่อชนิดใหม่ที่ช่วยเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหาบนเว็บไซต์ ซึ่งนอกเหนือจากงานเขียนทั่วไป ในบทความของแฮมเมอร์สลีย์ ได้เรียกชื่อเหล่านี้ด้วยคำนิยามต่าง ๆ ได้แก่ Downloadable Radio, Audioblogging, Podcasting และ Guerilla Media

Mun-Young Chung และ Hyang-Sook Kim (2016) ได้กล่าวถึงพอดแคสต์ไว้ดังนี้ พอดแคสต์เป็นคำที่สร้างขึ้นจากการรวมคำว่า “iPod” กับ “Broadcast” เป็นสื่อที่ประกอบด้วยคอลเลกชันของไฟล์เสียงหรือวิดีโอที่ผู้ใช้สามารถสมัครรับข้อมูลได้อย่างอิสระผ่านทางอินเทอร์เน็ต เมื่อผู้ใช้ตั้งค่าโปรแกรมโคเลนต์พอดแคสต์ในอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน โปรแกรมจะดาวน์โหลดและบันทึกไฟล์พอดแคสต์ล่าสุดลงบนอุปกรณ์โดยอัตโนมัติการส่งไฟล์พอดแคสต์แบบอัตโนมัตินี้ส่วนใหญ่มีให้บริการฟรี นอกจากนี้ ผู้ชมยังสามารถเข้าถึงไฟล์พอดแคสต์ที่อัปเดตได้อย่างง่ายดายจากทุกที่ผ่านอุปกรณ์พกพาของตนความยืดหยุ่นและความสะดวกในการใช้งานนี้ทำให้พอดแคสต์กลายเป็นเครื่องมือทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ

ประพันธ์ศักดิ์ ดวงสุวรรณ และ นิรุทธ์ วัฒนินาส (2565) ได้กล่าวถึงพอดแคสต์ไว้ดังนี้ พอดแคสต์เป็นคำสมาสระหว่างคำว่า “iPod” และคำว่า “Broadcast” (ซึ่งหมายถึงการเผยแพร่ทางสื่อสารมวลชน) รวมกันเป็นคำใหม่ว่า “พอดแคสต์” (Podcast) ซึ่งเป็นชื่อที่ตั้งขึ้นเพื่อเรียกเทคโนโลยีดิจิทัลที่เน้นนวัตกรรม คำว่า “พอดแคสต์” ถูกเสนอโดย เบน แฮมเมอร์สลีย์ (Ben Hammersley) คอลัมนิสต์ของนิตยสารเดอะการ์เดียน (The Guardian) ร่วมกับผู้นำเสนอข่าวของช่องบีบีซี (BBC News) โดยพัฒนาเนื้อหาที่สามารถฟังผ่านแอปพลิเคชันที่เล่นไฟล์เสียงได้ กล่าวได้ว่า “พอดแคสต์ (Podcast)” คือรายการที่เผยแพร่ทางภาพและเสียง หรือเฉพาะเสียงในรูปแบบที่น่าสนใจ ทั้งการถ่ายทอดประสบการณ์ แจ้งรายละเอียด วิเคราะห์ รวมไปถึงการพูดคุยเล่าเรื่อง สนทนา และการให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การเรียน การใช้ชีวิต หุ่น การเตรียมความพร้อม ฯลฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันพอดแคสต์ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยผู้รับฟังสามารถสมัครเพื่อติดตามรับชมในรูปแบบคลิป MP4 หรือไฟล์เสียง MP3 หรือ M4A ผ่านระบบฟีด (Feed) ซึ่งเป็นระบบอัตโนมัติในการดาวน์โหลดไฟล์ และเปิดให้ฟังอย่างต่อเนื่องผ่านมัลติมีเดียของแอปพลิเคชันในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ

จากที่มีผู้กล่าวถึง พอดแคสต์ สามารถสรุปได้ว่า พอดแคสต์เป็นสื่อดิจิทัลที่เกิดจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีรากศัพท์มาจากการรวมคำว่า “iPod” ซึ่งเป็นเครื่องเล่นสื่อดิจิทัล และคำว่า “Broadcast” ที่หมายถึงการออกอากาศ สื่อประเภทนี้เริ่มได้รับการกล่าวถึงอย่างเป็นทางการในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นช่องทางการเผยแพร่เนื้อหาที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน พอดแคสต์มีลักษณะเป็นรายการเสียงหรือวิดีโอที่ผู้รับฟังสามารถสมัครรับข้อมูลและเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างอิสระผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยสามารถรับฟังได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลหลากหลายประเภท โดยลักษณะเด่นของพอดแคสต์คือความยืดหยุ่นและความสะดวกในการใช้งาน ผู้รับฟังสามารถเลือกติดตามเนื้อหาที่สนใจ และรับฟังควบคู่กับการทำกิจกรรมอื่นได้ นอกจากนี้ พอดแคสต์ยังสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบการเล่าเรื่อง การสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์ การวิเคราะห์ และการให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ เช่น การศึกษา การดำเนินชีวิต เศรษฐกิจ และการพัฒนาตนเอง ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว พอดแคสต์จึงได้รับการยอมรับว่าเป็นสื่อการเรียนรู้และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับวิถีชีวิตในสังคมดิจิทัลปัจจุบัน

6.1. ประเภทของพอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง ประเภทของพอดแคสต์ไว้ดังนี้

NOWHERE NEAR (2564) ได้กล่าวถึงประเภทของพอดแคสต์ไว้ดังนี้ ประเภทของพอดแคสต์มีหลายประเภทเช่น เรื่องเล่า เรื่องตลก การศึกษา ศิลปะความบันเทิง เพลง เกม ไลฟ์สไตล์สุขภาพ ข่าว ธุรกิจ การเงิน เทคโนโลยี เด็กผู้ใหญ่ และสังคมวัฒนธรรม จากประเภทพอดแคสต์นั้นมีการแบ่งประเภทอยู่หลายประเภท ผู้ชมสามารถเข้าไปเลือกฟังได้ตามใจชอบ เลือกฟังพอดแคสต์เพื่อความบันเทิง ฟังเพลินๆ ยามว่าง หาแรงบันดาลใจ หรือ ฟังเพื่อเสริมความรู้ในแต่ละวันได้ ยกตัวอย่างพอดแคสต์ที่ฟังเพลินๆ และได้ความรู้ ก็จะเป็นแนวเรื่องเล่า ที่ผู้จัดหยิบยกเรื่องเล่า หัวข้อต่างๆ ออกมาเล่าให้ผู้ชมได้ฟังกัน อาจจะเป็นเรื่องส่วนตัวของผู้จัดเรื่องที่เป็นประเด็นน่าสนใจ เจาะลึกพูดคุยในเรื่องนั้น มีแลกเปลี่ยนความรู้ ความเชี่ยวชาญกับแขกพิธีกรที่รับเชิญมาจัดรายการ เป็นต้น ส่วนในแนวการศึกษา ก็จะมีการสอนภาษา วิธีการพูด ฝึกการใช้คำศัพท์ สอนวิชาต่างๆ ตามหัวข้อที่กำหนดไว้ในพอดแคสต์หรือ ด้านการเงินสอนเรื่องราวเกี่ยวกับการเงิน เทคนิคเก็บออมเงิน เล่นหุ้น แชร้อะไรบ้างต่างๆ ให้ผู้ฟังได้รับฟังกันเป็นความรู้ต่อยอดด้านต่างๆ ต่อไปได้อีกนั่นเอง

Social Listening (2565) ได้กล่าวถึงประเภทของพอดแคสต์ไว้ดังนี้ ประเภทของ “พอดแคสต์” นั้น จะพบว่ากว่า 36.2% เลือกฟังพอดแคสต์เพราะต้องการหาความรู้และ/หรือสร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งถือว่าไม่แปลก เพราะหลายๆ ช่องพอดแคสต์ในไทยจะเป็นการให้ความรู้ ทั้งจริงจังสุดๆ หรือฟังเพื่อความบันเทิงเข้าไปด้วย โดยพอดแคสต์ประเภทความรู้ก็จะเป็นพวก สรุปหนังสือ พูดคุยประการธุรกิจ หรือจะเป็นสรุปพูดคุยเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น และก็เพราะคนไทยยังคงติดอะไรที่ทำให้ขบขันได้เล็กน้อย จึงทำให้พอดแคสต์ประเภทบันเทิงมีสัดส่วน 1 ใน 4 ในชาร์ตนี้ และอีกหมวดหมู่ที่ฮิตก็คือข่าวสาร ที่มีคนพูดถึงถึง 23.9%

นับทอง ทองใบ (2562) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของพอดแคสต์ไว้ดังนี้ พอดแคสต์ไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มเน้นคอนเทนต์เฉพาะ (Specialized Content Focus) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเนื้อหาเป็นหลัก รายการมีธีมชัดเจน มุ่งเจาะลึกหัวข้อเฉพาะสำหรับผู้ฟังกลุ่มเล็ก โดยผู้จัดเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น Seek Out (เน้นปรัชญา), Readery (แนะนำหนังสือพร้อมการวิเคราะห์เชิงลึก)

2. กลุ่มเน้นพอดแคสเตอร์ (Podcaster Focus) เนื้อหาอาจมีความหลากหลาย ไม่ได้จำกัดเฉพาะหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง จุดเด่นคือผู้จัดมีชื่อเสียง มีความสามารถรอบด้าน และสามารถหยิบประเด็นร่วมสมัยมาเล่าได้อย่างน่าสนใจ ตัวอย่างเช่น Omnivore, Mission to the Moon

3. กลุ่มองค์กรและกลุ่มสื่อ (Organizational and Media Groups) เป็นพอดแคสต์ที่ผลิตโดยสำนักข่าวหรือองค์กร มีลักษณะเป็น “ช่อง” ที่รวมหลายรายการย่อยซึ่งมีธีมสอดคล้องกับแนวคิดหลักของช่อง ผลิตเนื้อหาได้สม่ำเสมอและครอบคลุมหลายด้าน ตัวอย่างเช่น THE STANDARD (มีรายการย่อย 17 รายการ), Infinity Podcast

Dennis (2025) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของพอดแคสต์ไว้ดังนี้ รูปแบบพอดแคสต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 8 ประเภท ก่อนการเลือกรูปแบบพอดแคสต์ที่เหมาะสมสำหรับรายการเรา ควรทำความเข้าใจรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้ผลิตพอดแคสต์โดยทั่วไป แม้ว่าจะไม่จำเป็นต้องดำเนินตามแนวทางของผู้ผลิตรายอื่น แต่ความแพร่หลายของรูปแบบเหล่านี้ล้วนมีเหตุผลที่ทำให้ได้รับการยอมรับ ทั้งนี้แต่ละรูปแบบต่างมีข้อดีและข้อจำกัดของตนเอง เมื่อพิจารณา รูปแบบต่อไปนี้ ควรตั้งคำถามว่ารูปแบบใดสอดคล้อง เหมาะสม และตอบโจทย์ต่อวัตถุประสงค์ของพอดแคสต์ที่ต้องการพัฒนา

1. ประเภทพอดแคสต์แบบสัมภาษณ์ พอดแคสต์ลักษณะนี้มีผู้ดำเนินรายการ 1–2 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์แขกรับเชิญคนใหม่ในแต่ละตอน แขกจะนำประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาแบ่งปัน หลังจากการแนะนำแขกสั้น ๆ ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ตั้งคำถามเพื่อให้สนทนาเป็นไปตามหัวข้อหลักของตอนนั้น ๆ ทั้งนี้ การมีหัวข้อกลางที่ชัดเจนจะช่วยให้รายการมีความเป็นเอกภาพ แม้แขกแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันก็ตาม

2. ประเภทแบบพอดแคสต์แบบเดี่ยว รูปแบบพอดแคสต์แบบเดี่ยว หรือ Solo/Monologue Podcast Format เป็นประเภทการนำเสนอที่ผู้จัดรายการทำหน้าที่ถ่ายทอดเนื้อหาเพียงลำพัง โดยไม่ต้องพึ่งพาแขกรับเชิญหรือผู้ร่วมสนทนา โดยประเภทดังกล่าวได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและประสงค์จะถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ หรือความคิดเห็นต่อผู้ฟังอย่างเป็นระบบ โดยมีลักษณะเด่นคือสามารถผลิตได้ง่าย ใช้อุปกรณ์ไม่ซับซ้อน และสามารถควบคุมการผลิตได้ด้วยตนเองทั้งหมด ผู้จัดรายการจำเป็นต้องวางแผนปริมาณเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในแต่ละตอน ซึ่งอาจเป็นการพูดตามโครงร่างย่อ หรือการเขียนสคริปต์เต็มรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความมั่นใจและประสบการณ์ในการสื่อสาร เนื่องจากการพูดต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 30–45 นาที ต้องอาศัยทักษะการอธิบายอย่างเรียบเรียงและชัดเจน

3. ประเภทพอดแคสต์แบบสนทนาหรือผู้ร่วมจัดรายการ เป็นประเภทที่พบได้บ่อย โดยมีผู้จัดรายการสองคนพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเป็นธรรมชาติ ผู้ดำเนินรายการทั้งสองมักมีเคมีที่เข้ากันได้ดี ทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างลื่นไหล แตกต่างจากประเภทสัมภาษณ์ตรงที่ทั้งสองคนทำหน้าที่เป็น “ผู้จัดรายการหลัก” ไม่ใช่ผู้ถาม-ผู้ตอบ โดยทั่วไป ผู้จัดรายการแต่ละ

คนจะมีบทบาทเฉพาะ เช่น คนหนึ่งนำเสนอข่าวหรือประเด็นหลัก ขณะที่อีกคนให้ความเห็น เพิ่มมุกตลก หรือเล่าประสบการณ์เพื่อเติมเต็มเนื้อหา

4. ประเภทพอดแคสต์แบบเสวนากลุ่ม พอดแคสต์ลักษณะนี้มีความคล้ายคลึงกับประเภทสัมภาษณ์ แต่มีผู้ร่วมรายการหลายคนมากกว่า โดยแต่ละตอนประกอบด้วยผู้ดำเนินรายการ 1 คน และแขกรับเชิญหลายท่าน ทำให้ผู้ฟังรู้สึกราวกับกำลังฟังการสนทนาอย่างเป็นทางการระหว่างกลุ่มคนที่รู้จักกัน

5. ประเภทพอดแคสต์การเล่าเรื่องเชิงสารคดี โดยประเภทนี้เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์อาชญากรรม การผจญภัย เช่น การพิชิตยอดเขาเอเวอเรสต์ ไปจนถึงการเล่าเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ ผู้ผลิตอาจเล่าเรื่องหนึ่งจบในตอนเดียว หรือขยายเป็นหลายตอนต่อเนื่อง รวมถึงอาจอยู่ในประเภทการรายงานข่าวก็ได้ พอดแคสต์ประเภทนี้เหมาะสำหรับผู้ฟังที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับโลก ความคิดใหม่ ๆ ปรากฏการณ์ต่าง ๆ และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นจริง

6. ประเภทพอดแคสต์ละครเสียง โดยประเภทนี้เป็นการเล่าเรื่องแต่งผ่านหลายตอนต่อเนื่อง คล้ายกับละครโทรทัศน์ ผู้ผลิตอาจใช้ผู้บรรยายเพียงคนเดียว หรือใช้ทีมพากย์หลายคนประกอบกับเอฟเฟกต์เสียงและองค์ประกอบทางเสียงต่าง ๆ เพื่อสร้างความสมจริง เหมือนรับชมละครหรือภาพยนตร์ในรูปแบบเสียง พอดแคสต์ประเภทนี้ใช้โครงเรื่องที่มีความตึงเครียด จุดพีค และการทิ้งปมในตอนท้าย (cliffhanger) ประเภทนี้เหมาะสำหรับผู้สร้างสรรค์ที่สนุกกับการสร้างตัวละคร วางโครงเรื่อง และสร้างโลกสมมติ โดยเฉพาะผู้ที่ชื่นชอบการเขียนนิยายหรือทำภาพยนตร์ บางคนอาจเพียงแค่อ่านนิยายของตนเองในลักษณะหนังสือเสียงและเผยแพร่เป็นตอนๆ

7. ประเภทพอดแคสต์แบบดัดแปลงเนื้อหาเดิม หมายถึงการนำเนื้อหาที่มีอยู่แล้วมาปรับรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มเติม อาจเป็นการขยายความ แบ่งเนื้อหาออกเป็นตอน หรือแปลงจากสื่อหนึ่งไปสู่อีกสื่อหนึ่ง ตัวอย่างเช่น บล็อกเกอร์นำบทความที่มีอยู่มาปรับเป็นพอดแคสต์ เพื่อให้ผู้ฟังรับฟังในรูปแบบเสียง องค์กรศาสนาอาจนำธรรมเทศนาประจำสัปดาห์มาทำเป็นไฟล์เสียงให้ดาวน์โหลด ผู้บรรยายอาจเผยแพร่การบรรยายในรูปแบบเสียง หรือแม้แต่นักแสดงตลกอาจปล่อยบันทึกการแสดงของตนเป็นพอดแคสต์

8. ประเภทพอดแคสต์แบบสร้างเอง หนึ่งในจุดเด่นของการทำพอดแคสต์คือความยืดหยุ่นคล้ายกับงานเขียนและวิดีโอ ผู้สร้างสามารถออกแบบเนื้อหาได้อย่างอิสระ เพื่อให้โดดเด่น สร้างผู้ฟังประจำ และเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง หากต้องการทำสิ่งที่แตกต่างหรือไม่

สอดคล้องกับประเภทพอดแคสต์ทั่วไป ก็สามารถทำได้อย่างเต็มที่ ผู้ผลิตสามารถทดลองประเภทใหม่ หรือผสมผสานหลายแนวเข้าด้วยกันเพื่อสร้างผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

Rex Provost (2025) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของพอดแคสต์ไว้ดังนี้ ประเภทของพอดแคสต์ล้วนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเอกลักษณ์ของรายการ และส่งผลต่อกลุ่มผู้ฟังที่จะกลายมาเป็นผู้ติดตามอย่างภักดี บทความนี้จะนำเสนอประเภทพอดแคสต์ยอดนิยมทั้งเก้าแบบพร้อมแนวทางประยุกต์ใช้เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถสร้างความโดดเด่น ทะลุผ่านกระแสเนื้อหาที่หลากหลาย และพัฒนาฐานผู้ฟังที่มีความผูกพันกับรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. ประเภทพอดแคสต์แบบสัมภาษณ์ พอดแคสต์ประเภท “สัมภาษณ์” เป็นรายการที่เน้นการสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการ (host) และผู้ให้สัมภาษณ์ (guest) โดยผู้ให้สัมภาษณ์มักเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีมุมมองที่น่าสนใจ หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม ผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ชี้แนะการสนทนาและเป็นตัวแทนผู้ฟังในการตั้งคำถามให้เกิดความเข้าใจต่อประเด็นที่น่าสนใจ พอดแคสต์ลักษณะนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับหลากหลายหัวข้อและสาขา เนื่องจากรูปแบบการสนทนาที่มีความยืดหยุ่น สามารถเป็นการพูดคุยแบบสบาย ๆ หรือเป็นการถาม-ตอบเชิงสารคดีและข่าวสารก็ได้ ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการอาจเลือกบันทึกการสัมภาษณ์แบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม เช่น Riverside หรือ Zoom หรือเลือกสัมภาษณ์แบบพบตัวจริง ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและบริบทของรายการ

2. ประเภทพอดแคสต์แบบเดี่ยว พอดแคสต์ประเภท “เดี่ยว” เป็นลักษณะที่ผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียวสื่อสารโดยตรงกับผู้ฟังโดยไม่มีผู้ร่วมสนทนา ประเภทนี้ถือเป็นประเภทที่สร้างความใกล้ชิดระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ฟังมากที่สุด โดยเนื้อหาของรายการขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถในการเล่าเรื่อง และทักษะการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการเป็นหลัก พอดแคสต์แบบเดี่ยวสามารถนำเสนอได้หลากหลายลักษณะ เช่น การสอนความรู้เชิงวิชาการ การให้ข้อคิดสร้างแรงบันดาลใจ การบรรยายเชิงบันเทิงส่วนตัว หรือการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ พอดแคสต์ประเภทนี้แม้จะต้องอาศัยความมั่นใจและบุคลิกเสียงที่ชัดเจน แต่ก็ให้ข้อได้เปรียบด้านการควบคุมเนื้อหาอย่างเต็มที่ เนื่องจากผู้ดำเนินรายการเป็นผู้กำหนดทิศทางทั้งหมดของรายการ

3. ประเภทพอดแคสต์เสวนากลุ่ม พอดแคสต์ประเภทเสวนากลุ่มเป็นลักษณะที่มีผู้ร่วมสนทนาหลายคนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรืออภิปรายในประเด็นเดียวกัน ผู้ร่วมรายการอาจเป็นกลุ่มประจำหรือหมุนเวียนตามหัวข้อในแต่ละตอน ประเภทนี้เหมาะสำหรับเนื้อหาที่ต้องการมุมมองหลากหลาย เช่น ข่าว การเมือง หรือวัฒนธรรมสมัยนิยม ซึ่งผู้ฟังสามารถรับฟังข้อคิดเห็นที่

แตกต่างกันเพื่อสร้างความเข้าใจที่รอบด้านมากขึ้น การเสวนากลุ่มที่มีผู้ดำเนินรายการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้บรรยากาศคล้ายการสนทนาอย่างมีชีวิตชีวาบนโต๊ะอาหาร กระชับ ฉับไว เต็มไปด้วยมุมมองที่หลากหลาย และอาจมีอารมณ์ขันผสมผสาน อย่างไรก็ตาม หากขาดโครงสร้างหรือการกำกับดูแล อาจทำให้การสนทनावกวน แทรกกัน หรือขาดจุดหมายได้

4. ประเภทพอดแคสต์สนทนาโดยผู้ดำเนินรายการร่วม พอดแคสต์ประเภทผู้ดำเนินรายการร่วมเป็นลักษณะที่มีผู้ดำเนินรายการตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มาปรากฏตัวในทุกตอน เพื่อนำเสนอการสนทนาในบรรยากาศที่เป็นกันเองและเป็นธรรมชาติ รูปแบบนี้ให้ความรู้สึกคล้ายการสนทนาของกลุ่มเพื่อนมากกว่ารายการที่เป็นทางการ ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ดึงดูดผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังมักผูกพันกับบุคลิก การหยอกล้อ และเคมีระหว่างผู้ดำเนินรายการมากพอ ๆ กับเนื้อหาหลักของรายการ ทำให้เกิด ความสัมพันธ์กึ่งสังคม (parasocial connection) ระหว่างรายการกับผู้ฟัง

5. ประเภทพอดแคสต์เชิงสืบสวน/สารคดี พอดแคสต์เชิงสืบสวนหรือสารคดีเป็นประเภทที่มุ่งเจาะลึกประเด็นใดประเด็นหนึ่งอย่างละเอียด โดยมักนำเสนอผ่านหลายตอนหรือทั้งซีซั่น ประเภทนี้อาศัยกระบวนการทำงานเชิงวารสารศาสตร์ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การค้นคว้าเอกสารเก่า คลิปเสียงประกอบ และการตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วน ลักษณะเด่นของประเภทนี้คือการสร้าง ความตื่นเต้น ความสงสัย และความต่อเนื่อง ให้ผู้ฟังติดตามคล้ายซีรีส์สารคดี ทำให้เกิดทั้งกระแสปากต่อปากและแนวโน้มการฟังแบบมาราธอน (binge-listening)

6. ประเภทพอดแคสต์เชิงการศึกษา พอดแคสต์ประเภทนี้มุ่งเน้นการให้ความรู้หรือสอนทักษะบางอย่าง โดยมีตั้งแต่รูปแบบน้ำเสียงที่เป็นกันเอง สนุกสนาน ไปจนถึงสไตล์วิชาการอย่างเป็นทางการ ผู้ดำเนินรายการมักนำเสนอข้อมูลผ่านการค้นคว้าอย่างเป็นระบบพร้อมตัวอย่างประกอบ การเปรียบเทียบ หรือการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อเสริมความเข้าใจ รูปแบบนี้ตอบโจทย์ผู้ฟังที่ต้องการ “เรียนรู้ระหว่างทำกิจกรรมอื่น” เช่น ระหว่างเดินทาง ทำงาน บ้าน หรือออกกำลังกาย อีกทั้งยังเหมาะสำหรับผู้ผลิตเนื้อหาที่ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือในสาขาของตน เนื้อหาที่นิยมในพอดแคสต์นี้

7. ประเภทพอดแคสต์แนวดราม่าเสียง พอดแคสต์ประเภทนี้เป็น เรื่องแต่ง ที่เล่าเรื่องผ่านบทสนทนา (scripted dialogue) การบรรยาย และการออกแบบเสียง เช่น เอฟเฟกต์เสียงและดนตรี ประสบการณ์ที่ได้ใกล้เคียงละครวิทยุในอดีต โดยมีหลากหลายแนว เช่น สยองขวัญ ไซไฟ โรแมนติก แฟนตาซี และทริลเลอร์ ลักษณะเด่นของรูปแบบนี้คือการสร้างบรรยากาศ จังหวะเรื่องราว และประสบการณ์ด้านเสียงที่สมจริง

8. ประเภทพอดแคสต์แบบรับสายหรือขับเคลื่อนด้วยผู้ฟัง พอดแคสต์ประเภทนี้อาศัย คำถาม ความเห็น หรือปฏิสัมพันธ์จากผู้ฟัง เป็นองค์ประกอบหลักของรายการ รูปแบบอาจแตกต่างกันไป ตั้งแต่การรับสายสด การให้ผู้ฟังฝากข้อความเสียง ไปจนถึงการส่งสถานการณ์หรือปัญหาเข้ามาเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการตอบหรือวิเคราะห์ ผู้จัดรายการมักเปิดคลิปเสียงหรืออ่านข้อความของผู้ฟัง และจึงให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น หรือการวิเคราะห์ตามมา พอดแคสต์นี้เหมาะสำหรับผู้สร้างที่ต้องการ สร้างชุมชนผู้ฟัง และส่งเสริมการมีส่วนร่วม เนื่องจากความสำเร็จของรายการขึ้นอยู่กับ การตอบสนองและความภักดีของผู้ฟังอย่างมาก

9. ประเภทพอดแคสต์แบบผสมผสาน คือรายการที่ ผสานองค์ประกอบจากหลายประเภทเข้าด้วยกัน โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดตนเองไว้เพียงประเภทใดรูปแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การผสมผสานระหว่างการบรรยายเกี่ยวกับการสัมภาษณ์เป็นครั้งคราว การผสมผสานระหว่างการเล่าเรื่องเชิงสารคดีกับงานวิจัยเชิงวารสารศาสตร์ หรือการรวมเนื้อหาเชิงให้ความรู้เข้ากับการสนทนาแบบโต้เถียง รูปแบบนี้ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถสร้างสรรคิโครงสร้างรายการที่เหมาะสมกับจุดเด่นของตนเองได้อย่างยืดหยุ่น

ตาราง 1 ตารางสรุปประเภทพอดแคสต์

แนวคิด	สาระความรู้และการศึกษา	ข่าว วิเคราะห์ และสารคดี	เรื่องเล่าและนิยายเสียง	บันเทิงและคอมเมดี้	สัมภาษณ์และรูปแบบไฮสไตล์	เฉพาะกลุ่มและไลฟ์สไตล์	ดัดแปลงและทดลองรูปแบบ
NOWHERENER (2564)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Social Listening (2565)	✓	✓		✓			
นับทอง ทองใบ (2562)	✓				✓		✓
Dennis (2568)	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Rex Provost (2568)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางสรุปประเภทพอดแคสต์แสดงให้เห็นว่าพอดแคสต์มีความหลากหลายประเภท โดยสามารถรวมเป็น 7 ประเภทหลัก ได้แก่ สาระความรู้/การศึกษา ข่าว/วิเคราะห์/สารคดี เรื่องเล่า/นิยายเสียง บันเทิง/คอมเมดี้ สัมภาษณ์/ไฮสไตล์ เฉพาะกลุ่ม/ไลฟ์สไตล์ ดัดแปลง/ทดลองหมวดสาระความรู้เน้นการสอนและสรุปข้อมูล เหมาะกับผู้เรียนและผู้ต้องการพัฒนาตนเอง ข่าวและสารคดีมุ่งเจาะลึกเชิงวารสารศาสตร์ ตอบโจทย์ผู้ติดตามเหตุการณ์และการวิเคราะห์ เรื่องเล่า/

นิยายเสียงและบันเทิงคดีผู้ฟังด้วยโครงเรื่อง ชาวดีวีซี และความผ่อนคลาย รูปแบบสัมภาษณ์ และโฮสต์เน้นบุคลิกผู้จัด ส่วนเฉพาะกลุ่มสร้างคอมมูนิตี้ผู้ฟังเฉพาะทาง โดยผู้จัดทำควรกำหนด ประเภทและกลุ่มเป้าหมายก่อน แล้วทดลองผสมรูปแบบเพื่อค้นหาเอกลักษณ์รายการ

โดยทางผู้วิจัยได้เลือกทำพอดแคสต์ประเภทสาระความรู้และการศึกษา โดยมุ่งให้ ประชาชนเข้าใจเรื่องภาษีได้ง่ายขึ้น จึงจัดทำพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับ ประชาชน เพื่อใช้เป็นสื่อให้ความรู้ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก เหมาะสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสนับสนุนการพัฒนาความเข้าใจด้านภาษีในวงกว้างอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

6.2. รูปแบบการนำเสนอพอดแคสต์

กตัญ มหาชนวงษ์ สุวรรณแพทย์ และ พิสิษฐ สุวรรณแพทย์ (2564) ได้กล่าวถึง รูปแบบการนำเสนอพอดแคสต์ไว้ดังนี้ พอดแคสต์เป็นสื่อที่แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ใช้สำหรับการฟัง และรูปแบบที่ใช้สำหรับการรับชมในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว

ประพันธ์ศักดิ์ ดวงสุวรรณ และ นิรุทธ์ วัฒนภาส (2565) ได้กล่าวถึงรูปแบบการ นำเสนอพอดแคสต์ไว้ดังนี้ พอดแคสต์คือรายการที่เผยแพร่ทางภาพและเสียง หรือเฉพาะเสียงใน รูปแบบที่น่าสนใจ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ผู้รับฟังสามารถสมัครเพื่อติดตามรับชม เป็นคลิปในรูปแบบ MP4 หรือเป็นไฟล์เสียงในรูปแบบ MP3 หรือ M4A ผ่านทางระบบฟีด (Feed) ซึ่งระบบฟีดนี้จะทำหน้าที่ดาวน์โหลดไฟล์และเปิดให้ฟังอย่างต่อเนื่องโดยอัตโนมัติผ่านมัลติมีเดีย ของแอปพลิเคชันทั้งบนคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ

Andrea Gorra และ Janet Finlay (2009) ได้กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอพอดแคสต์ ไว้ดังนี้ พอดแคสต์เป็นสื่อที่อาจเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการเสริมแบบฝึกหัดภาคปฏิบัติ พอด แคสต์แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ พอดแคสต์เสียง และพอดแคสต์วิดีโอ

จากที่มีผู้กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอพอดแคสต์ไว้สามารถสรุปได้ดังนี้ พอดแคสต์ คือรายการที่เผยแพร่ทางภาพและเสียง หรือเฉพาะเสียงในรูปแบบที่น่าสนใจ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ พอดแคสต์เสียง สำหรับฟังในรูปแบบไฟล์เสียง เช่น MP3 และพอดแคสต์วิดีโอ สำหรับรับชมในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว เช่น คลิป MP4

โดยทางผู้วิจัยได้เลือกจัดทำพอดแคสต์ในรูปแบบ มีภาพประกอบประกอบ การบรรยาย เพื่อช่วยให้ผู้รับฟังเกิดความเข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจนขึ้น และสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยการ มองเห็นควบคู่กับการฟัง ทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจและง่ายต่อการติดตามมากยิ่งขึ้น

6.3 ขั้นตอนการออกแบบ และวิธีการสร้างพอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง ขั้นตอนการออกแบบ และวิธีการสร้างพอดแคสต์ ไว้ดังนี้

อาลี ปรียากกร (2560) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการออกแบบและวิธีการสร้างพอดแคสต์ไว้ ดังนี้ การผลิตรายการพอดแคสต์สามารถแบ่งแนวทางออกเป็น 3 ด้าน ตามกระบวนการผลิตรายการ ได้แก่

1. ด้านการเตรียมการผลิต ก่อนการผลิตรายการ ผู้ผลิตจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายการกระจายเสียงผ่านช่องทางพอดแคสต์ การเตรียมการผลิตรายการ การออกแบบเนื้อหา และการจัดการด้านเทคนิคเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

2. ด้านการผลิตรายการพอดแคสต์ ในขั้นตอนนี้ ผู้ผลิตจะกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการพอดแคสต์ รวมถึงจัดการด้านเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดรายการ เช่น การบันทึกเสียง การตัดต่อ และการใส่เสียงประกอบ

3. ด้านการเผยแพร่รายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการในประเทศไทยมักจะคัดเลือกช่องทางที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่รายการและประชาสัมพันธ์รายการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการสำรวจความนิยม คัดโมเดลสร้างรายได้จากรายการ และประเมินผลจากการรับฟังของผู้ชม เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนารายการให้ดีขึ้นในอนาคต

Awika (2564) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการออกแบบและวิธีการสร้างพอดแคสต์ไว้ดังนี้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ Pre-Production, Production (บันทึกเสียง – ตัดต่อ) และ Post-Production (การเผยแพร่)

Pre-Production

1. เลือกรื่องที่จะพูด โดยพิจารณาจากจุดประสงค์ของการทำพอดแคสต์ ซึ่งอาจเป็นการแบ่งปันความรู้ สร้างฐานผู้ติดตาม หรือเป็นช่องทางการสร้างรายได้ หากมีจุดประสงค์ที่ชัดเจนจะช่วยให้เลือกประเด็นในการพูดได้ง่ายขึ้น โดยอาจเริ่มจากสิ่งที่ถนัดและสนใจ

2. รูปแบบรายการ คือสไตล์และวิธีการพูดของรายการ

3. ชื่อรายการและหัวข้อพอดแคสต์ ควรเป็นคำที่เข้าใจง่าย กระชับ น่าสนใจ และสามารถสื่อสารถึงคุณค่าของรายการได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจว่ารายการนำเสนอเรื่องอะไร

4. ตั้งเป้าหมาย โดยกำหนดตารางการอัดเสียง และวันที่เผยแพร่ ซึ่งไม่มีสูตรตายตัว ขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย

Production (บันทึกเสียง – ตัดต่อ)

1. สถานที่บันทึกเสียง ควรเป็นห้องปิดที่มีผนังหนา สามารถกันเสียงรบกวนจากภายนอกได้ และไม่ก่อให้เกิดเสียงก้องหรือสะท้อน

2. ไมโครโฟน

2.1 เลือกไมโครโฟนที่เหมาะสม ได้แก่

- USB Microphone เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น ใช้งานง่าย เพียงเชื่อมต่อผ่านสาย USB กับคอมพิวเตอร์ก็สามารถบันทึกเสียงได้

- Dynamic Microphone มีความไวต่อเสียงต่ำ ต้องพูดใกล้ไมโครโฟนเพื่อให้เสียงชัดเจน

- Condenser Microphone มีความไวต่อเสียงสูง เก็บรายละเอียดเสียงได้ดีแม้พูดห่างจากไมโครโฟน

2.2 ควรเลือกไมโครโฟนที่สามารถฟังเสียงตัวเองขณะพูดได้ เพื่อให้สามารถควบคุมระดับเสียง และนำเสียงได้เหมาะสม

3. หูฟัง เป็นอุปกรณ์สำคัญที่ช่วยให้ได้ยินเสียงตัวเองขณะพูด และช่วยตรวจสอบคุณภาพเสียง หากเกิดปัญหา เช่น เสียงรบกวนหรือเสียงแทรก จะสามารถแก้ไขได้ทันที

4. เครื่องบันทึกเสียง เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้การบันทึกเสียงมีคุณภาพดียิ่งขึ้น

5. Jingle & Sound ใช้สร้างเอกลักษณ์ของรายการ โดยสื่อสารค่าแรกเดออร์ และอารมณ์ของรายการได้ในเวลาอันสั้น

6. โปรแกรมบันทึกเสียง – ตัดต่อ หากต้องการไฟล์เสียงคุณภาพสูง ควรใช้โปรแกรมเฉพาะสำหรับบันทึกและตัดต่อเสียง เช่น Adobe Audition, GarageBand, หรือ Audacity ซึ่งแต่ละโปรแกรมมีหน้าต่างและเครื่องมือแตกต่างกัน เลือกใช้งานได้ตามความถนัด

Post-Production (การเผยแพร่)

1. ปกพอดแคสต์ ควรออกแบบให้น่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มโอกาสในการคลิกฟัง

2. Podcast Hosting จำเป็นต้องนำไฟล์เสียงไปลงในเว็บไซต์ที่ให้บริการ Hosting เพื่อให้สามารถนำลิงก์ไปเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ ได้ เช่น Soundcloud, Podbean, Anchor.fm โดยแต่ละเว็บไซต์จะมีค่าบริการและเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลแตกต่างกัน

2.1 เลือกแพ็คเกจ Basic หรือ Pro Unlimited หากเลือก Soundcloud เป็น Hosting จะต้องสร้างบัญชีก่อน โดยแพ็คเกจ Basic อัปโหลดได้ฟรี 3 ชั่วโมง หากต้องการพื้นที่เพิ่มเติมต้องอัปเกรดเป็น Pro Unlimited ซึ่งมีค่าใช้จ่ายประมาณ 400 บาทต่อเดือน

2.2 RSS Feed ใช้สำหรับเผยแพร่เสียงไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ โดยนำลิงก์ RSS Feed ที่ได้จาก Hosting ไปฝังไว้ในแพลตฟอร์มปลายทาง

3. Podcast Channel เมื่ออัปโหลดไฟล์เสียงไปยัง Hosting แล้ว แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Podbean, Podtail, หรือ Castbox จะนำคลิปเสียงไปเผยแพร่ต่อโดยอัตโนมัติตามข้อมูลที่เราใส่ไว้ใน Hosting บางแพลตฟอร์มอาจต้องนำลิงก์ RSS Feed ไปฝังเอง

KMUTNB DIGITAL TELEVISION (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการออกแบบและวิธีการสร้างพอดแคสต์ไว้ดังนี้

ขั้นตอนการผลิตรายการบันได 3 ขั้น (3P)

1. Pre- Production ขั้นตอนการเตรียมงานนับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางเค้าโครงเรื่อง การประสานงาน กองถ่ายกับสถานที่ถ่ายทำ ประชุมวางแผนการผลิต การเขียนสคริปต์ การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์การบันทึกเสียง ห้องบันทึกเสียง ห้องตัดต่อ กล้องถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์แสง การเตรียมตัวผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ทีมงาน ทุกฝ่าย การเดินทาง อาหาร ที่พัก ฯลฯ หากจัดเตรียมรายละเอียดในขั้นตอนนี้ได้ดี ก็จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตงานทำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. Production ขั้นตอนการผลิตรายการ เป็นขั้นตอนการดำเนินการถ่ายทำตามเส้นเรื่องหรือบทตามสคริปต์ที่ทีมงานผู้ผลิต ได้แก่ ผู้กำกับ ช่างภาพ ช่างไฟ ช่างเทคนิคเสียง ช่างศิลป์ และทีมงานจะทำการบันทึกเทปโทรทัศน์ รวมทั้งการบันทึกเสียง ตามที่กำหนดไว้ในสคริปต์ อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำยังสถานที่ต่างๆ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง มีการสัมภาษณ์ จัดฉากจัดสถานที่ที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขั้นตอนนี้จะมีการถ่ายทำแก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ (take) นอกจากนี้อาจจะเป็นต้องเก็บภาพ/เสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความ(insert) เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยทั่วไปจะมีการประชุมเตรียมงาน และมอบหมายงานให้กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านและนั่นคือการทำงานของทีม

3. Post-Production ขั้นตอนเรียบเรียงและลำดับรายการ ก่อนเป็นชิ้นงาน คือการตัดต่อลำดับภาพ หรือเป็นขั้นตอนการตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามสคริปต์หรือเนื้อหาของเรื่อง ขั้นตอนนี้จะมีการใส่กราฟิกทำเทคนิคพิเศษภาพ การแต่งภาพการย้อมสี การเชื่อมต่อภาพ/ฉาก อาจมีการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงใส่เสียงพูดชาวนับบรรยากาศต่างๆ เพิ่มเติม อื่นๆ อาจมีการนำดนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชมยิ่งขึ้น ขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะดำเนินการอยู่ในห้องตัดต่อแต่มีข้อจำกัดหลายอย่างเช่น การเพิ่มเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งต้องใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยและซับซ้อนมากยิ่งขึ้นมีเฉพาะช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้องและผู้กำกับเท่านั้น (ในบางครั้งลูกค้าสามารถเข้ารับชมหรือมีส่วนร่วมในการผลิต) ระยะเวลาในขั้นตอน

นี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาของบทและการบันทึกภาพ รวมถึงความยากง่ายและการใส่รายละเอียดต่างๆเพิ่มเติมของงานในแต่ละ THEME เช่น 3 วัน 7 วัน หรือมากกว่า 15 วันขึ้นไป

จากที่มีผู้กล่าวถึงขั้นตอนการออกแบบและวิธีการสร้างพอดแคสต์ สามารถสรุปได้ว่าการออกแบบและการสร้างพอดแคสต์เป็นกระบวนการผลิตสื่อเสียงที่มีลำดับขั้นตอนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถสรุปกระบวนการผลิตได้เป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิตหรือการเผยแพร่

ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการวางรากฐานของรายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ เลือกประเด็นหรือเนื้อหาที่จะนำเสนอ ออกแบบรูปแบบรายการ กำหนดสไตล์การดำเนินรายการ รวมถึงตั้งชื่อรายการและหัวข้อให้มีความชัดเจน น่าสนใจ และสื่อถึงคุณค่าของเนื้อหาได้ตรงประเด็น นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนตารางการบันทึกเสียงและการเผยแพร่ เตรียมสคริปต์หรือเค้าโครงเรื่อง รวมถึงเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ สถานที่ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานในขั้นต่อไปเป็นไปอย่างราบรื่น

ขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นขั้นตอนของการบันทึกและสร้างชิ้นงานเสียงตามแผนที่วางไว้ โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพเสียงเป็นหลัก ผู้ผลิตต้องเลือกสถานที่บันทึกเสียงที่เหมาะสม ลดเสียงรบกวน และป้องกันเสียงสะท้อน เลือกใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสม เช่น ไมโครโฟน หูฟัง และเครื่องบันทึกเสียง รวมถึงใช้โปรแกรมบันทึกและตัดต่อเสียงที่มีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้จะมีการบันทึกเสียง การตัดต่อเนื้อหา การปรับระดับเสียง และการใส่ดนตรีหรือเสียงประกอบ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มความน่าสนใจให้กับรายการ

ขั้นตอนหลังการผลิตหรือการเผยแพร่ (Post-Production) เป็นขั้นตอนของการนำผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ไปเผยแพร่สู่ผู้ฟัง โดยเริ่มจากการออกแบบปกพอดแคสต์ให้มีความโดดเด่นและสอดคล้องกับเนื้อหา จากนั้นนำไฟล์เสียงไปอัปโหลดบนแพลตฟอร์มให้บริการโฮสติ้งพอดแคสต์ เพื่อกระจายเนื้อหาไปยังช่องทางต่าง ๆ ผ่านระบบ RSS Feed ขั้นตอนนี้ยังรวมถึงการประชาสัมพันธ์รายการ การติดตามผลการรับฟัง วิเคราะห์ข้อมูลผู้ฟัง และประเมินผลตอบรับ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนารายการให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นในอนาคต

โดยสรุป การผลิตพอดแคสต์ที่มีคุณภาพจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผน การผลิต ไปจนถึงการเผยแพร่และประเมินผล ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีความเชื่อมโยงกันและล้วนมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของรายการพอดแคสต์โดยรวม

6.4. ประโยชน์ของพอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง ประโยชน์ของพอดแคสต์ไว้ดังนี้

อาลี ปรียากร (2560) ได้มีการกล่าวถึงประโยชน์ของพอดแคสต์ไว้ว่า พอดแคสต์ไม่ใช่ปัจจัยที่ทำให้นักศึกษาเข้าเรียนน้อยลง แต่กลับส่งเสริมการเรียนรู้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจได้อย่างหลากหลาย โดยสามารถจำแนกประโยชน์ได้เป็น 2 ด้าน ดังนี้

ประโยชน์ในด้านการศึกษา

1. ช่วยให้ผู้เรียนมีความเครียดน้อยลงในช่วงก่อนสอบ เนื่องจากสามารถใช้พอดแคสต์ในการทบทวนบทเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การใช้งานพอดแคสต์จะยิ่งเกิดประโยชน์มากขึ้น หากผู้เรียนมีการจดบันทึกและฟังซ้ำเป็นประจำ

3. ช่วยสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น

4. ผู้เรียนสามารถเข้าถึงบทเรียนผ่านพอดแคสต์ได้สะดวกและเข้าใจเนื้อหาได้ดีกว่าการเรียนรู้จากตำราเพียงอย่างเดียว

ประโยชน์ในเชิงธุรกิจ

1. ช่วยให้ผู้เจ้าของธุรกิจหรือแบรนด์สามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบเสียง ถือเป็นช่องทางที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมของตน

2. ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับผู้ฟัง โดยการฟังเสียงจากผู้ดำเนินรายการจะทำให้ผู้ฟังรู้สึกใกล้ชิดมากกว่าการอ่านข้อมูลจากเว็บไซต์

3. มีความง่ายในการผลิตและใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับการสร้างคอนเทนต์ในรูปแบบอื่น

4. ช่วยสร้างการรับรู้ในแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

นอกจากนี้ พอดแคสต์ยังมีข้อดีที่สามารถจำแนกเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. มีความสะดวกสบายในการใช้งาน สามารถฟังได้ทุกที่ทุกเวลา

2. เข้าถึงง่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสารหลากหลายประเภท

3. ขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นที่ต้องการสร้างสื่อของตนเอง

มณฑลญา จันทรสมัคร และ จิรวุฒิ หลอมประโคน (2566) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของพอดแคสต์ไว้ว่า พอดแคสต์มีประโยชน์ในการทำงาน และความง่ายในการใช้งาน รวมถึงทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์

ปวรัตน์ ระวัง (2560) ได้กล่าวถึงประโยชน์ภาพรวมของพอดแคสต์ที่ทำให้พอดแคสต์เริ่มกลายมาเป็นสื่อกระจายเสียงที่คนไทยให้ความสนใจ ดังนี้

1. การยกความบันเทิงทางด้านเสียงเพื่อให้บริการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต
2. สามารถดาวน์โหลดพอดแคสต์ไว้ในโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนเพื่อเก็บไว้ฟังแบบออฟไลน์ (Offline) ได้ ผู้บริโภคจึงรับฟังได้แม้ตอนที่ไม่มี การเชื่อมต่อ กับระบบอินเทอร์เน็ต
3. ไม่ต้องจดจ่ออยู่กับภาพ ไม่ต้องใช้ความตั้งใจในการฟังมาก ทำให้สามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ควบคู่ขณะฟังพอดแคสต์ได้ เช่น ระหว่างขับรถ ออกกำลังกาย เป็นต้น
4. ไฟล์เสียงมีขนาดเล็ก จึงไม่ทำให้เปลืองอินเทอร์เน็ต
5. เข้าถึงง่าย เพียงแค่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ก็สามารถฟังพอดแคสต์บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนได้
6. เนื้อหารายการพอดแคสต์มีมากมายหลากหลายให้เลือกรับฟัง ตั้งแต่เรื่องราวรอบตัวในชีวิตประจำวัน ข่าว เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม เทคโนโลยีต่าง ๆ มีมากกว่า 100 ภาษา และมีการแบ่งประเภทรายการ (Category) ที่ชัดเจน ทำให้สามารถเจาะเลือกรับฟังเรื่อง ที่ตนเองสนใจได้
7. แต่ละช่องจะมีรายการคุณลักษณะเฉพาะตัว นำเสนอเรื่องราวเฉพาะกลุ่ม
8. สามารถสมัครรับการแจ้งเตือนตอนใหม่ได้ เช่น ถ้าเราชอบพอดแคสต์เรื่องใด เราสามารถกดติดตาม (Subscribe) เพื่อเชื่อมข้อมูล เมื่อพอดแคสต์นั้น มีตอนใหม่ ออกมา จะแจ้งให้ กับเราได้ทราบก่อนใคร

จากที่มีผู้กล่าวถึงประโยชน์ของพอดแคสต์ไว้ สามารถสรุปได้ดังนี้ พอดแคสต์มีประโยชน์ทั้งในด้านการศึกษา ด้านธุรกิจ และความบันเทิงในเรื่องต่าง ๆ การฟังพอดแคสต์ช่วยให้ผู้เรียนมีความเครียดน้อยลงในช่วงก่อนสอบ และผู้เรียนสามารถเข้าถึงบทเรียนได้ดีกว่าการศึกษาในรูปแบบเดิม นอกจากนี้พอดแคสต์ยังสามารถดาวน์โหลดไว้ในโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนเพื่อเก็บไว้ฟังแบบออฟไลน์ได้ ทำให้สะดวกและเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา

6.5. ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์ไว้ดังนี้

อาลี ปรียากกร (2560) ได้กล่าวถึง ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์ไว้ว่า ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์ ทั้งในมุมมองของผู้ผลิตและผู้ฟัง สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. การผลิตใช้เวลามาก โดยเฉพาะขั้นตอนการอัดรายการและการตัดต่อไฟล์เสียง
2. การกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่เหมาะสมอาจเป็นเรื่องท้าทาย

3. ปัญหาด้านลิขสิทธิ์หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ
4. การเข้าถึงผู้ฟัง พอดแคสต์ต้องดึงดูดความสนใจได้ตั้งแต่ช่วงแรก และทำให้ผู้ฟังอยากติดตามรายการต่อไปตลอดตอน
5. ข้อจำกัดของเครื่องมือสืบค้น (Search Engine) ที่อาจทำให้ผู้ฟังค้นหารายการได้ไม่ถนัด

สรณ์โรจน์ (2563) ได้กล่าวถึง ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์ ไว้ว่าข้อเสียและข้อจำกัดของพอดแคสต์ นอกจากข้อดีแล้วยังมีดังนี้

1. พอดแคสต์เป็นสื่อที่กำหนดกลุ่มผู้ฟังได้อย่างเฉพาะเจาะจง ทำให้ไม่แพร่หลายหรือเข้าถึงกลุ่มคนได้กว้างเท่าสื่ออื่น

2. พอดแคสต์ยังถือว่าเป็นสื่อใหม่สำหรับหลายคน จำนวนผู้เข้าถึงยังไม่มากเมื่อเทียบกับสื่ออื่น เพราะมีขั้นตอนหลายอย่าง เช่น ต้องโหลดแอปพลิเคชัน เลือกรายการ เลือกหัวข้อ และเชื่อมต่ออุปกรณ์ที่ต้องการฟัง

3. พอดแคสต์ไม่เหมาะกับแคมเปญที่มีระยะเวลาจำกัด แม้ว่าผู้ฟังส่วนใหญ่จะฟังรายการในวันแรกที่ปล่อย แต่หลายคนก็ชอบฟังย้อนหลัง ทำให้การสื่อสารไม่ทันที่ทันใดเท่าที่ควร

Belal Atiyah (2020) ข้อเสียและข้อจำกัดของพอดแคสต์ มีดังนี้

1. ผู้ฟังไม่สามารถมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์ได้ เนื่องจากพอดแคสต์เป็นการบันทึกเสียงล่วงหน้า (Pre-record) แล้วนำไปเผยแพร่ ทำให้ไม่สามารถพูดคุยหรือถามตอบกันได้ที่

2. ไม่มีภาพประกอบ ซึ่งอาจทำให้ผู้ฟังเข้าใจผิดหรือไม่เห็นภาพชัดเจนตามเนื้อหาที่นำเสนอ

3. ผู้ฟังอาจสูญเสียความสนใจ เพราะการฟังพอดแคสต์ไม่มีภาพช่วยดึงดูด อาจทำให้หลุดจากเรื่องราวในบางช่วง หรือในขณะที่ฟังพร้อมทำกิจกรรมอื่น ๆ ทำให้ไม่ได้ตั้งใจฟังอย่างเต็มที่

จากที่มีผู้กล่าวถึง ข้อเสีย และข้อจำกัดของพอดแคสต์ ไว้สามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ฟังอาจสูญเสียความสนใจได้ง่าย เนื่องจากบางพอดแคสต์ไม่มีภาพประกอบช่วยดึงดูด การผลิตใช้เวลานานเพราะมีขั้นตอนหลายขั้นตอน และพอดแคสต์บางรายการมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง จึงทำให้ไม่เป็นที่แพร่หลายในวงกว้าง

6.6. ช่องทางการฟังพอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง ช่องทางการฟังพอดแคสต์ไว้ดังนี้

แพว (2563) ได้กล่าวถึง ช่องทางการฟังพอดแคสต์ไว้ว่า สรุปช่องทางการฟังพอดแคสต์ยอดนิยมมีทั้งหมด 9 ช่องทาง ได้แก่

1. Soundcloud เว็บไซต์ฟังและทำพอดแคสต์ยุคแรก ๆ ที่ยังได้รับความนิยมระดับโลก

2. Spotify แอปฟังเพลงยอดนิยมที่มีพอดแคสต์ให้เลือกฟังมากมาย

3. Foundercast ช่องพอดแคสต์เน้นสัมภาษณ์นักธุรกิจ CEO และผู้ประกอบการไทย

4. Podbean เว็บไซต์และแอปสำหรับทำพอดแคสต์ครบครัน ใช้งานง่าย

5. Apple Podcast แอปฟังพอดแคสต์ของ Apple ใช้ได้เฉพาะ iOS ดาวนิโหลดเก็บไว้ฟังได้

6. Anchor เว็บไซต์และแอปทำพอดแคสต์ฟรี มีเนื้อหาดีทั้งไทยและต่างประเทศ

7. Castbox ช่องทางฟังพอดแคสต์ที่ใช้งานง่าย มีลักษณะคล้าย Soundcloud

8. Google Podcasts แอปฟังพอดแคสต์ของ Google ใช้ได้เฉพาะ Android มีเนื้อหาน่าสนใจ

9. YouTube นอกจากวิดีโอ ยังมีช่องพอดแคสต์ให้ฟังเช่นกัน

พอดแคสต์จึงเป็นสื่อใหม่ที่ฟังง่าย เข้าถึงได้สะดวก และไม่เสียค่าใช้จ่าย เหมาะสำหรับคนทุกระดับที่ต้องการแหล่งความรู้และความบันเทิงในรูปแบบเสียง

Sanook (2564) ได้กล่าวถึงช่องทางการฟังพอดแคสต์ไว้ว่า พอดแคสต์คือรายการเสียงที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้ดำเนินรายการจะเล่าเรื่องหรือสัมภาษณ์ให้ความรู้ โดยมีลักษณะเหมือนฟังรายการวิทยุ แต่ไม่จำเป็นต้องฟังแบบเรียลไทม์ สามารถดาวนิโหลดมาเก็บไว้ฟังเมื่อไรก็ได้ผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่คนมักฟังพอดแคสต์ขณะเดินทาง ทำงาน หรือออกกำลังกาย

จากรายงาน Digital Stat 2021 ระบุว่าคนไทยนิยมฟังพอดแคสต์สูงเป็นอันดับ 6 ของโลก โดยแอปพลิเคชันยอดนิยมสำหรับฟังพอดแคสต์มีดังนี้

1. Apple Podcast สำหรับผู้ใช้ iPhone และ iPad (iOS) สามารถบันทึกรายการโปรดและตอนโปรดได้

2. Spotify แอปฟังเพลงที่มีรายการพอดแคสต์โดยเฉพาะ โดยเฉพาะรายการของคนไทย

3. Podbean แอปพื้นฐานสำหรับพอดแคสต์ มีรายการทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงรายการของคนไทย

4. Soundcloud จากโซเชียลเน็ตเวิร์กของนักดนตรีกลายเป็นแหล่งรวมเสียงและพอดแคสต์ยอดนิยม

5. Google Podcasts เดิมสำหรับ Android ตอนนี้ผู้ใช้ iOS ก็สามารถดาวน์โหลดใช้งานได้แล้ว

6. YouTube แม้เป็นแอปสำหรับดูวิดีโอ แต่หลายผู้ผลิตพอดแคสต์ก็นำรายการไปปล่อยในช่องทางนี้ด้วย

ช่องทางเหล่านี้ทำให้ผู้ฟังเข้าถึงพอดแคสต์ได้ง่ายและหลากหลายตามความสะดวกของแต่ละคน

Morph (2565) ได้กล่าวถึงช่องทางการฟังพอดแคสต์ไว้ว่า พอดแคสต์ในปัจจุบันถือเป็นสื่อเสียงรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมมาก เพราะใช้ทรัพยากรสมาร์ตโฟนน้อย ฟังเพลินได้ทั้งขณะทำงาน ขับรถ หรือช่วงเวลาว่าง พร้อมมีรายการที่น่าสนใจมากมายให้ทั้งความสนุกและความรู้ โดยแนะนำแอปพลิเคชันสำหรับฟังพอดแคสต์ที่ฟรีและใช้งานง่าย ได้แก่

1. Spotify

- แอปฟังเพลงยอดนิยมที่มีพอดแคสต์ให้เลือกฟังทั้งในกระแสและนอกกระแส

- ผู้ใช้สามารถสร้างและแชร์เพลย์ลิสต์ได้

- มีทั้งฟังฟรีที่มีโฆษณาคั่น และแบบสมัครสมาชิกที่ไม่มีโฆษณา เลือกเพลงได้ตามใจ

- วิธีฟังพอดแคสต์: เปิดแอป > เลือกเมนูค้นหา > เลือกพอดแคสต์ หรือพิมพ์ค้นหา > เลือกหมวดหมู่ต่าง ๆ เช่น ยอดนิยม, การศึกษา, ความบันเทิง, วัฒนธรรม ฯลฯ

- ฟีเจอร์เพิ่มเติม เช่น ปรับความเร็ว, ดาวน์โหลด, เพิ่มในเพลย์ลิสต์, แชร์ และตั้งเวลานอน

2. Soundcloud

- แอปสำหรับคนทำเพลงที่เปิดโอกาสให้ทุกคนอัปโหลดผลงาน

- มีเพลงและพอดแคสต์หลากหลาย ทั้งเพลงตลาดและเพลงแนวทดลอง

- เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการฟังเพลงใหม่หรือเพลงที่ไม่ค่อยมีในแพลตฟอร์มอื่น

- วิธีฟังพอดแคสต์: เปิดแอป > ไปที่เมนูค้นหา > พิมพ์ชื่อพอดแคสต์ที่ต้องการ > สามารถเพิ่มในเพลย์ลิสต์, แสดงความคิดเห็น และแชร์ต่อได้

3. Apple Podcasts

- แอปสำหรับผู้ใช้อ iOS ติดมากับเครื่องหรือดาวน์โหลดฟรีจาก App Store
- มีพอดแคสต์ทั้งไทยและต่างประเทศให้เลือกมากมาย
- สามารถติดตามช่องที่ชอบเพื่อไม่พลาดตอนใหม่ ๆ
- มีการจัดหมวดหมู่ เช่น อันดับสูงสุด, ข่าว, ความบันเทิง, การศึกษา, สุขภาพ ฯลฯ
- ฟีเจอร์ฟังปรับความเร็ว, ตั้งเวลานอน, ใช้งานร่วมกับ AirPlay และ SharePlay

4. Google Podcasts

- แอปพอดแคสต์ของ Google ที่รองรับทั้ง Android และ iOS
- มีพอดแคสต์ไทยและต่างประเทศพร้อมจัดหมวดหมู่ยอดนิยม
- ฟีเจอร์ปรับความเร็ว, ตัดความเงียบ, เพิ่มลงเพลย์ลิสต์และคิว, ดาวน์โหลดเก็บไว้, ตั้งเวลานอน และใช้งานร่วมกับ AirPlay
- พอดแคสต์ที่ดาวน์โหลดจะเก็บไว้ในเมนูกิจกรรม

5. Podbean

- แอปฟังพอดแคสต์ที่มีรายการหลากหลายทั้งไทยและต่างประเทศ
- มีเมนูค้นหาพอดแคสต์ยอดนิยมและกำลังเป็นเทรนด์
- สามารถติดตามช่องโปรดและรับฟังถ่ายทอดสดได้

โดยสรุป ช่องทางเหล่านี้ช่วยให้ผู้ฟังสามารถเลือกฟังพอดแคสต์ได้ง่ายและสะดวกตามสไตล์และความต้องการของแต่ละคน ทั้งบนสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและสามารถฟังได้ทุกที่ทุกเวลา

จากที่มีผู้กล่าวถึง ช่องทางการฟังพอดแคสต์ไว้สามารถสรุปได้ดังนี้ มีแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมในการฟังพอดแคสต์ด้วยกันทั้งหมด 6 แอปพลิเคชันได้แก่

1. Spotify
2. Soundcloud
3. YouTube
4. Apple Podcasts

5. Google Podcasts

6. Podbean

6.7 แอปพลิเคชันช่วยอัดเสียงทำพอดแคสต์

มีผู้กล่าวถึง แอปพลิเคชันช่วยอัดเสียงทำพอดแคสต์ ไว้ดังนี้

Sunnysister (2563) พอดแคสต์นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารเนื้อหาสาระที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นไฟล์เสียงที่เหมาะสมกับคนยุคนี้ที่ต้องทำงานพร้อมฟังข่าวสารหรือสาระความรู้ไปด้วย หรือแม้กระทั่งฟังขณะทำอาหารหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มผลผลิตในชีวิตประจำวันของเราได้อย่างดี เรื่องคุณภาพเสียงของพอดแคสต์นั้น ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ไมโครโฟนที่ใช้ สถานที่บันทึกเสียง และอุปกรณ์เสริมสำหรับป้องกันเสียงรบกวน แต่สำหรับมือใหม่ที่ยังไม่มีงบประมาณมากนัก แอปพลิเคชันเหล่านี้ก็เป็นทางเลือกที่ดีและสะดวกสบาย

1. Voice Memos (iOS) แอปพลิเคชันพื้นฐานที่ติดมากับเครื่อง iPhone ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ไมโครโฟนของ iPhone ยังช่วยตัดเสียงรบกวนได้ในระดับหนึ่ง เหมาะสำหรับมือใหม่ที่ต้องการลองบันทึกเสียงด้วยตัวเอง

2. GarageBand (iOS) แอปยอดนิยมของนักดนตรีและผู้สร้างเสียง สามารถบันทึกเสียงปกติและสร้างเสียงดนตรีต่าง ๆ ได้ เหมาะสำหรับพอดแคสต์เตอร์ที่ต้องการเพิ่มสีสันด้วยเสียงดนตรีและจิงเกิ้ล

3. Voice Recorder (Android) แอปพื้นฐานสำหรับบันทึกเสียงในระบบ Android ใช้งานง่าย มีฟังก์ชันผสมผสานไฟล์เสียงและฟังก์ชันพื้นฐานอื่น ๆ แต่คุณภาพเสียงขึ้นอยู่กับไมโครโฟนที่ใช้

4. Easy Voice Recorder (iOS & Android) เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการทำพอดแคสต์โดยเฉพาะ มีฟังก์ชันครบถ้วนเพื่อเพิ่มคุณภาพเสียงและการจัดการไฟล์

5. Spreaker Studio (iOS & Android) แอปที่เน้นความสะดวก สามารถโยกย้ายผลงานไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น Google Podcasts, Apple Podcasts, Spotify ได้ง่าย ฟังก์ชันครบ จบในมือถือเครื่องเดียว

6. Podbean Pro (iOS & Android) รวมทุกฟังก์ชันตั้งแต่การอัดเสียง ตัดต่อ จนถึง การเผยแพร่ พอดแคสต์เตอร์หลายคนใช้ Podbean เป็น Host ยอดนิยม

7. Anchor (iOS & Android) ฟรีและใช้งานง่าย เหมาะสำหรับมือใหม่และมืออาชีพที่ต้องการทำพอดแคสต์ครบจบในแอปเดียว

8. Discord (iOS & Android) ร่วมกับ Craig BOT สามารถอัดเสียงได้ดี เหมาะกับการทำพอดแคสต์ที่ต้องการการสนทนาแบบกลุ่ม

9. Zoom (iOS & Android) เหมาะสำหรับการอัดเสียงพอดแคสต์ที่ต้องการบันทึกจากระยะไกล มีความเสถียรและคุณภาพเสียงดี เช่น รายการ Salmon Podcast, Boscast

กองบรรณาธิการ mybest (2566) ในปัจจุบัน เราพบกับการสนทนาที่มีเนื้อหายาวมาก ๆ ไม่ว่าจะเป็นการฟังบรรยาย การประชุม หรือกิจกรรมอื่น ๆ ค่อนข้างบ่อย และมีโอกาสที่เราจะพลาดใจความสำคัญของการสนทนานั้นไป ดังนั้น หากเราจำเป็นต้องเข้าร่วมการสนทนาที่มีระยะเวลายาว หรือเป็นการพูดคุยที่มีความสำคัญ ตัวช่วยที่น่าสนใจมาก ๆ คือการอัดเสียง และทุกวันนี้เทคโนโลยีได้พัฒนาขึ้นมา ทำให้เราสามารถอัดเสียงผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนได้เลย ปัจจุบันมีแอปพลิเคชันอัดเสียงมากมาย แม้ว่าเราจะพอรู้วิธีการเลือกใช้งานกันบ้างแล้ว แต่บางครั้งก็ยังลังเลว่าจะเลือกแอปพลิเคชันไหนมาใช้งานดี เราจึงขอแนะนำ 10 แอปพลิเคชันอัดเสียงยอดนิยม เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่กำลังมองหาแอปประเภทนี้ได้ง่ายขึ้น

1. Dolby On: Record Audio & Video – บันทึกเสียงได้อย่างคมชัด เหมาะสำหรับผู้ที่ทำไดอารี่เสียงส่วนตัว แอปนี้เหมาะกับการสตรีมถ่ายทอดสด เพราะมีความสามารถในการอัดวิดีโอได้เหมือนกล้องทั่วไป นอกจากนี้ยังมีคุณภาพการอัดเสียงที่ดีมาก แม้จะมีเสียงแทรกเข้ามา แอปพลิเคชันจะบันทึกเสียงนั้นไว้ด้วย และยังสามารถตัดต่อเสียงง่าย ๆ ได้ในแอปเลย

2. Voice Recorder & Memos Pro – รองรับอุปกรณ์ Apple ทุกชนิด เช่น iPhone, iPad, iPod และ Apple Watch ทำให้บันทึกเสียงได้ทุกที่ทุกเวลา มีฟีเจอร์บันทึกเสียงหลายรูปแบบ เช่น บันทึกเสียงเฉพาะเสียงของเรา, บันทึกเสียงพื้นหลัง หรือกำหนดระยะเวลาบันทึกได้ เหมาะกับการใช้งานที่ครอบคลุม

3. Smart Recorder – High-quality Voice Recorder – แอปอัดเสียงคุณภาพสูง ใช้งานง่ายมาก เพียงกดปุ่มเดียว เหมาะกับการประชุมหรือฟังบรรยาย สามารถบันทึกเสียงได้ยาวนานเท่าความจุในเครื่อง เสียงที่บันทึกชัดเจนและใส มีฟีเจอร์ปิดเสียงรบกวน ทำให้ใช้งานได้อย่างสบายใจ

4. WeSing! Your Pocket Karaoke – เหมาะกับคนรักการร้องเพลงและคาราโอเกะ แอปนี้สามารถบันทึกเสียงร้องตั้งแต่ต้นจนจบเพลง และหยุดบันทึกได้ระหว่างเพลง อีกทั้งช่วยฝึกทักษะการร้องเพลงได้ดีด้วย

5. Voice Recorder - Audio Editor – แอปบันทึกเสียงที่ครบครัน ใช้บันทึกเสียงในการประชุม บรรยาย หรือสนทนาที่มีระยะเวลาสั้น มีฟีเจอร์ตัดเสียงรบกวน และสามารถจัดการไฟล์เสียงได้ในแอป รวมถึงแปลงเสียงเป็นข้อความได้อีกด้วย

6. Voice Recorder Pro – บันทึกเสียงได้จากหลายแหล่ง ทั้งสมาร์ทโฟนและไมโครโฟน รองรับเสียง Mono และ Stereo ใช้งานได้แม้หน้าจอปิด มีไฟแจ้งเตือนเมื่อแอปกำลังบันทึก สามารถส่งไฟล์เสียงทางอีเมลได้สะดวก

7. ShurePlus MOTIV – จัดเสียงคุณภาพสูง ปรับแต่งการใช้งานตามสภาพแวดล้อม รองรับการใช้งานร่วมกับไมโครโฟน Shure MV88 ทำให้ได้เสียงคุณภาพดีมาก ใช้งานง่าย และแชร์ไฟล์ผ่าน Google Drive, Dropbox หรือ AirDrop ได้

8. StarMaker – แอปที่สนับสนุนการร้องเพลงหลากหลายรูปแบบ พร้อมฟีเจอร์บันทึกเสียงระหว่างร้องเพลงเดี่ยวหรือคู่ เหมือนร้องคาราโอเกะ สามารถบันทึกและแชร์เสียงร้องผ่านโซเชียลมีเดียได้

9. Audio Memos SE – ใช้งานง่ายบนมือถือ ปรับคุณภาพเสียงได้ 3 ระดับ สูงสุดที่ 44100 Hz สามารถบันทึกเสียงแม้สมาร์ทโฟนอยู่ในโหมด Sleep และหยุดบันทึกทันทีเมื่อมีสายเรียกเข้า

10. Voice Changer Voice Recorder - Editor & Effect – เน้นความบันเทิง มีฟีเจอร์ปรับแต่งเสียงหลายแบบ เช่น เสียงหุ่นยนต์ เสียงตัวการ์ตูน รวมถึง Auto Tune สำหรับทำให้เสียงไพเราะขึ้น เหมาะสำหรับอัดเสียงร้องเพลงและใช้งานทั่วไป

(Christian Ruíz, 2564) ได้มีการกล่าวถึงแอปพลิเคชันที่ช่วยในการอัดเสียงสำหรับทำพอดแคสต์ว่า แอปพลิเคชันสำหรับฟังหรือเผยแพร่พอดแคสต์นั้น แตกต่าง จากแอปพลิเคชันสำหรับ บันทึกเสียง เพื่อทำพอดแคสต์โดยเฉพาะ เราไม่ควรสับสนระหว่างแอปทั้งสองประเภทนี้ โดยแอปอย่าง Google Podcast นั้นเป็นเพียงแพลตฟอร์มสำหรับเผยแพร่หรือฟังพอดแคสต์ผ่านฟีด RSS เท่านั้น ไม่สามารถใช้บันทึกเสียงหรือจัดเก็บพอดแคสต์ในตัวแอปได้ ในบทความนี้ เราจะนำเสนอแอปพลิเคชันที่มีเครื่องมือสำหรับ บันทึกเสียงจากอินเทอร์เน็ตของแอปโดยตรง โดยไม่ต้องใช้ลิงก์ภายนอก ซึ่งส่วนใหญ่สามารถเผยแพร่พอดแคสต์ไปยังแพลตฟอร์มเดียวกัน และมีชุมชนผู้ฟังของตัวเองได้ด้วย อย่างไรก็ตาม หากเราต้องการเผยแพร่ไฟล์เสียงเหล่านั้นบนแพลตฟอร์มอื่นหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็สามารถทำได้โดยไม่มีปัญหา

1. Anchor บันทึกพอดแคสต์ได้ง่าย ๆ ด้วย Anchor เพียงกดปุ่มสีแดงบนหน้าหลักของแอป หรือเพียงนำมือถือแนบหูเพื่อเริ่มบันทึก หลังจากบันทึกเสร็จแล้ว คุณสามารถแก้ไขเสียง

ได้หลากหลาย เช่น การเพิ่มบทสัมภาษณ์ เพลงจาก Spotify หรือ Apple Music การแทรกคลิป และเพิ่มเสียงพื้นหลัง รวมถึงสามารถโต้ตอบกับชุมชนผู้ฟังได้ Anchor ซึ่งพัฒนาโดย Spotify ยังให้คุณปรับความเร็วในการเล่น เลือกช่องทางกรฟิ่ง และสนับสนุนพอดแคสต์ด้วยการกด “ปรบมือ” พร้อมทั้งมีฟีเจอร์แปลงเสียงเป็นวิดีโอหรือข้อความได้อีกด้วย

2. Spreaker Studio แอปนี้ให้คุณสร้างรายการวิทยุหรือพอดแคสต์ได้อย่างมืออาชีพ ทั้งแบบออกอากาศสดหรือบันทึกไว้เผยแพร่ภายหลัง สามารถเพิ่มเอฟเฟกต์เสียง มิกซ์เสียง และเพิ่มดนตรีได้ พร้อมแชร์ผลงานผ่านแพลตฟอร์มของแอป Facebook หรือ Twitter ได้ทันที

3. Stereo แอปสำหรับจัดพอดแคสต์สดแบบสื่อสารสองทาง ผู้พูดสามารถรับคำถามเสียงจากผู้ฟังได้ทันที มีระบบแชทและบันทึกการสนทนาไว้ฟังย้อนหลังได้ตลอดเวลา เป็นที่นิยมของอินฟลูเอนเซอร์และยูทูบเบอร์ เช่น Willyrex, Cristinini และ Auronplay Stereo ยังมีระบบจัดอันดับและสร้างรายได้จากผู้ฟังอีกด้วย

4. Podbean แอปนี้มีทั้งเวอร์ชันฟรีและพรีเมียม ในเวอร์ชันฟรีคุณสามารถบันทึกแก้ไข และใส่เพลงประกอบพอดแคสต์ได้ หากต้องการฟีเจอร์เพิ่มเติม เช่น สถิติการรับฟัง พื้นที่จัดเก็บ หรือการอัปโหลดผ่าน FTP ต้องสมัครใช้เวอร์ชันเสียเงิน

5. Storyboard เหมาะสำหรับใช้ในองค์กรหรือบริษัท เพื่อส่งพอดแคสต์ให้สมาชิกในทีม โดยสามารถจำกัดผู้เข้าถึงผ่านรหัสได้ สมาชิกสามารถส่งคลิปเสียงเข้าระบบได้ง่าย แต่ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้ดูแลก่อนใช้งาน

6. Podomatic แม้ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย แต่ Podomatic ก็มีเครื่องมือสำหรับบันทึกและเผยแพร่พอดแคสต์ได้ ใช้งานง่าย อินเทอร์เฟซเรียบง่าย และสามารถใส่เมโลดี้พื้นหลังขณะพูดได้ แอปมีแพลตฟอร์มของตัวเองสำหรับฟังและติดตามเมตริกการรับฟังด้วย

จากที่มีผู้กล่าวถึงแอปพลิเคชันสำหรับช่วยอัดเสียงเพื่อทำพอดแคสต์ สามารถสรุปได้ว่า มีแอปพลิเคชันยอดนิยมที่ใช้ในการบันทึกเสียงเพื่อสร้างพอดแคสต์ทั้งหมด 6 แอปพลิเคชัน ได้แก่

1. Voice Memos
2. Voice Recorder
3. Spreaker Studio
4. Podbean Pro
5. Anchor
6. Discord

ทั้งนี้ การเลือกใช้งานแอปพลิเคชันขึ้นอยู่กับความสะดวกและความต้องการของผู้ผลิตพอดแคสต์ ว่าต้องการคุณลักษณะในการบันทึกเสียงในรูปแบบใด

จากการศึกษาค้นคว้าของผู้วิจัย จึงสรุปว่าจะจัดทำพอดแคสต์แบบมีเสียงพร้อมภาพประกอบสำหรับผู้ที่ต้องการอ่านเผยแพร่ทางช่อง YouTube เนื่องจากเป็นช่องทางที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายและสามารถรับฟังได้โดยไม่ต้องเข้าสู่ระบบ และได้เลือกโปรแกรม Discord ใช้ในการอัดเสียง

7. ภาษี

ในสังคมปัจจุบัน ภาษีถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินงานภาครัฐและการพัฒนาประเทศ เพราะเป็นรายได้หลักที่ทำให้รัฐสามารถจัดบริการสาธารณะ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ จึงได้ให้ความหมายของ "ภาษี" ไว้หลากหลายมุมมอง ไว้ดังนี้

กรมสรรพากร (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง ภาษี ไว้ว่า ภาษี คือ เงินที่รัฐจัดเก็บจากประชาชนและผู้ประกอบการ เพื่อใช้เป็นรายได้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ (2563b) ได้กล่าวถึง ภาษี ไว้ว่า ภาษี คือ ภาระที่ประชาชนมีหน้าที่ต้องนำส่งให้แก่รัฐตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐและกิจการของรัฐ โดยอาจอยู่ในรูปของเงินหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ ภาษีอาจมีชื่อเรียกว่า "ภาษี" หรือชื่ออื่นก็ได้ ตราบใดที่ไม่ใช่การบริจาค หรือการจ่ายตามอหิยาศัย

มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2564) ได้กล่าวถึง ภาษี ไว้ว่า ภาษี คือ เงินที่รัฐบาลเรียกเก็บจากประชาชนที่มีรายได้ตามกฎหมายกำหนด เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

จากที่มีผู้กล่าวถึง ภาษี ไว้สามารถสรุปได้ดังนี้ ภาษีคือเงินหรือทรัพย์สินที่ประชาชนมีหน้าที่ต้องนำส่งให้รัฐ ตามกฎหมายกำหนด เพื่อให้รัฐนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศและสนับสนุนภารกิจของภาครัฐในด้านต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชน

7.1. ความสำคัญของภาษี

มีผู้กล่าวถึง ความสำคัญของภาษี ไว้ดังนี้

มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2564) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภาษี ไว้ว่า ภาษีมีความสำคัญ เพราะเป็นแหล่งรายได้ของรัฐที่นำไปใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ (2563a) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของภาษี ไว้ว่า ภาษีเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรายได้ของประเทศ และยังเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจอีกด้วย ภาษีจึงสะท้อนถึงนโยบายการคลังของภาครัฐ และมีอิทธิพลต่อการควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคม เนื่องจากเมื่อกิจกรรมใดมีนโยบายภาษีเข้ามาเกี่ยวข้อง ปริมาณของกิจกรรมนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงขึ้นหรือลงตามนโยบายภาษีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นไปตามหลักเศรษฐศาสตร์

Station-account (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของภาษี ไว้ว่า เมื่อประชาชนจ่ายภาษีให้กับภาครัฐ เงินภาษีเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากรัฐมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหลักเพื่อประโยชน์ของประชาชน เช่น การสร้างความปลอดภัย อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ อาทิ ถนน โรงพยาบาล และอื่น ๆ

จากที่มีผู้กล่าวถึง ความสำคัญของภาษี ไว้สามารถสรุปได้ดังนี้ ภาษีมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากรัฐต้องนำรายได้จากภาษีที่เก็บจากประชาชนไปใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในชีวิต หรือด้านเศรษฐกิจของประเทศ

7.2 ประเภทของภาษี

มีผู้กล่าวถึง ประเภทของภาษี ไว้ดังนี้

กรมสรรพากร (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง ประเภทของภาษี ไว้ว่า ประเภทของภาษีมี 2 ประเภท คือ ภาษีทางตรง และภาษีทางอ้อม

1. ภาษีทางตรง เป็นภาษีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีต้องจ่ายภาษีด้วยตนเอง หรือเป็นภาษีที่เรียกเก็บโดยตรงจากผู้มีเงินได้ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงินได้นิติบุคคล

2. ภาษีทางอ้อม เป็นภาษีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีไม่ต้องจ่ายภาษีด้วยตนเอง แต่จะเรียกเก็บจากผู้บริโภคสินค้า หรือบริการต่าง ๆ โดยคิดรวมอยู่ในราคาสินค้าแล้ว เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และอากรแสตมป์ เป็นต้น

(AccRevo, 2564) ได้กล่าวถึง ประเภทของภาษี ไว้ว่า ภาษีจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ ภาษีทางตรง และภาษีทางอ้อม

1. ภาษีทางตรง คือ ภาษีที่เก็บจากบุคคลธรรมดาที่มีรายได้จากการประกอบอาชีพ โดยมีรายได้ถึงเกณฑ์ที่จะต้องเสียภาษี

2. ภาษีทางอ้อม คือ ภาษีที่ได้จากการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และบริการต่าง ๆ ของประชาชน หรือที่เราจะรู้จักกันว่า “ภาษีมูลค่าเพิ่ม”

Station-account (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง ประเภทของภาษี ไว้ว่า ภาษีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

1. ภาษีทางตรง คือ ภาษีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีต้องจ่ายโดยตรง ไม่สามารถผลักภาระไปยังบุคคลอื่นได้ เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นต้น
2. ภาษีทางอ้อม คือ ภาษีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีไม่ต้องรับภาระโดยตรง สามารถผลักภาระภาษีไปยังบุคคลอื่นได้ ซึ่งเรามักจะเรียกกันว่า ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต เป็นต้น

จากที่มีผู้กล่าวถึงประเภทของภาษีไว้ สามารถสรุปได้ดังนี้ ภาษีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ภาษีทางตรง และภาษีทางอ้อม

1. ภาษีทางตรง คือ ภาษีที่เก็บจากบุคคลธรรมดาผู้มีรายได้ เป็นภาษีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีต้องจ่ายด้วยตนเอง
2. ภาษีทางอ้อม คือ ภาษีที่เก็บจากผู้บริโภคสินค้า หรือบริการต่าง ๆ โดยภาษีเหล่านี้จะถูกรวมอยู่ในราคาสินค้าและบริการแล้ว

7.3. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

มีผู้กล่าวถึง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไว้ดังนี้

กรมสรรพากร (2561) ได้กล่าวถึง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไว้ว่า ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปที่มีเงินได้ไม่ว่าจะเป็นประเภทใดหรือชนิดใด หากไม่มีกฎหมายยกเว้นให้ ถือว่าอยู่ในข่ายต้องเสียภาษี หรือคือ ภาษีที่จัดเก็บจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจะจัดเก็บเป็นรายปี โดยรายได้ที่ได้รับในปีใด ๆ ผู้มีเงินได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการด้วยตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนด ภายในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป ผู้มีเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ยื่นแบบฯ และเสียภาษีในช่วงครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระ นอกจากนี้ เงินได้บางกรณี กฎหมายยังได้กำหนดให้ผู้จ่ายเงินมีหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย จากเงินที่จ่าย เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีด้วย โดยตามกฎหมายประมวลรัษฎากร ได้กำหนดให้บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้มีหน้าที่ต้องเสียภาษี โดยหน่วยภาษีเงินได้มีดังนี้

1. บุคคลธรรมดา
2. ผู้ถึงแก่ความตายในระหว่างปีภาษี
3. ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคล
4. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

5. คณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล

ดวงพร เพชรคง (2561) ได้กล่าวถึง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไว้ว่า ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลธรรมดาทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งเจ้าของกิจการหรือธุรกิจใด ๆ ที่มีตัวเองเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว จะเข้าข่ายอยู่ในหลักเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีประเภทนี้ โดยปกติจะจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการด้วยตนเอง ตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนด ภายในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณี กฎหมายยังได้กำหนดให้ยื่นแบบฯ และเสียภาษีในช่วงครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระ นอกจากนี้ เงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ผู้จ่ายมีหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย จากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย โดยสรุป ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมา โดยมีสถานะดังนี้

1. บุคคลธรรมดา
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีไม่ใช่นิติบุคคล
3. ผู้ถึงแก่ความตายในระหว่างปีภาษี
4. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง
5. วิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีไม่ใช่นิติบุคคล

Prosoft (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไว้ว่า ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ จำนวนเงินที่เรียกเก็บจากผู้ที่มีหน้าที่ต้องเสียภาษี โดยจะจัดเก็บจากเงินได้ทุกประเภท และจะเรียกเก็บจากผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมา โดยมีสถานะอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. บุคคลธรรมดา จะเสียภาษีจากเงินได้ประเภทต่าง ๆ ดังนี้
 - เงินได้จากการจ้างงาน เช่น เงินเดือน เบี้ยเลี้ยง โบนัส บำเหน็จ บำนาญ
 - เงินได้จากค่าสิทธิ หรือค่าตอบแทนจากการใช้ลิขสิทธิ์ในงานวรรณกรรม ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์
 - เงินได้จากการลงทุนในทรัพย์สิน เช่น ผลตอบแทนจากตราสารทุน ตราสารหนี้
 - เงินได้จากการให้เช่าทรัพย์สิน เช่น ค่าเช่าบ้านที่ได้รับเนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำ

- เงินได้จากวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์ วิศวกร สถาปนิก นักบัญชี ทนาย นักแสดง เป็นต้น

- เงินได้จากการประกอบธุรกิจ หรือเงินได้อื่น ๆ

2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล

- "ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีชื่อนิติบุคคล" หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่ทำกิจการร่วมกัน โดยแบ่งปันกำไรจากกิจการนั้น ๆ

- "คณะบุคคล" หมายถึง บุคคลธรรมดาตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่ทำกิจการร่วมกัน แต่ไม่มีวัตถุประสงค์จะแบ่งปันผลกำไรจากกิจการนั้น

3. ผู้ที่เสียชีวิตระหว่างปีภาษี

- ให้ผู้จัดการมรดกหรือทายาทผู้ได้รับมรดก เป็นผู้ยื่นรายการและชำระภาษีแทน โดยต้องรวมเงินได้ทั้งหมดของผู้ตายในปีภาษีนั้น

4. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

- ผู้จัดการกองมรดก ทายาท หรือผู้ครอบครองทรัพย์สิน จะเป็นผู้ยื่นรายการและชำระภาษีแทนกองมรดกในปีถัดไปหลังจากเจ้ามรดกถึงแก่กรรม

นอกจากนี้ ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษี ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยอย่างน้อย 180 วัน (6 เดือน) ในปีภาษีนั้น ไม่ว่าจะมิใช่สัญชาติใด หรือได้รับรายได้จากในประเทศหรือต่างประเทศ ก็มีหน้าที่ต้องเสียภาษีตามกฎหมาย โดยจัดเก็บเป็นรายปี ผู้มีรายได้ต้องยื่นแสดงรายการภาษีต่อกรมสรรพากรในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคมของทุกปี

สำหรับผู้มีรายได้บางกรณี สามารถยื่นแบบฯ เสียภาษีครั้งปีได้ สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย

จากที่มีผู้กล่าวถึง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไว้สามารถสรุปได้ดังนี้ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลธรรมดาทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนด โดยจะจัดเก็บจากเงินได้ทุกประเภท และเรียกเก็บจากผู้ที่มีเงินได้ระหว่างปีที่ผ่านมา ซึ่งจะเก็บในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป ผู้ที่จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจะต้องมีสถานะอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. บุคคลธรรมดา
2. ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี
3. ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคล
4. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

5. คณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล

จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้คัดเลือกหัวข้อสำคัญเพื่อใช้ประกอบการจัดทำสื่อเรื่องภาษี ได้แก่ ความหมายของภาษี ความสำคัญของภาษี ประเภทของภาษีทั้งภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อม และภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

8.1. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ชญานี ฉลาดธัญญกิจ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์สื่อเสียงเพื่อสร้างความผ่อนคลาย เทียวิททิพย์ เอเอสเอ็มอาร์ ทราเวล พอดแคสต์ มีขั้นตอนสำคัญทั้งหมด 3 ขั้นตอน โดยกระบวนการตั้งต้นซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการสร้างงานในลำดับต่อไป คือ การทำความเข้าใจลักษณะรูปแบบของเสียงเพื่อความสะดวกสบายว่ามีลักษณะอย่างไร แม้ว่ากระบวนการสร้างสรรค์ทั้ง 3 ส่วนนี้จะใช้เวลาในการปฏิบัติไม่เท่ากัน กล่าวคือ ส่วนของการค้นคว้าหาข้อมูล และการลงมือสร้างสรรค์บท จะใช้เวลามากกว่าส่วนอื่น ๆ ได้แก่ การบันทึกเสียง และการใส่เพลงประกอบ แต่ในทุกกระบวนการล้วนมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เพราะหากกระบวนการบันทึกเสียงเกิดความผิดพลาด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทางเทคนิค หรือการเลือกใช้เสียงของผู้บันทึกเสียงสิ่งที่ตั้งใจไว้ คือ ความผ่อนคลาย ก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ตามเป้าประสงค์อย่างแน่นอน ในขณะที่กระบวนการสุดท้าย คือ การใส่เสียงเพลงประกอบ หากเกิดความผิดพลาด หรือไม่ใส่ใจกับกระบวนการนี้อย่างเพียงพอ อารมณ์ผ่อนคลายก็อาจเปลี่ยนเป็นอารมณ์อื่น ๆ ตามแต่ดนตรีจะพาไปได้เช่นกัน ดังนั้น การสร้างสรรค์งานประเภทนี้จึงต้องใส่ใจในทุกส่วนของการผลิตอย่างเท่าเทียมกัน และต้องหมั่นศึกษาเสียงต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการทดลองสร้างสรรค์ด้วยตัวเอง หรือการทดลองฟังงานของนักสร้างเสียงแนวนี้คนอื่น ๆ

ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ ภาวะภาษีสำหรับเงินได้ของบุคลากรทางการศึกษา ได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากงานวิชาการ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหนังสือตอบข้อหารือของกรมสรรพากรที่เกี่ยวข้องกับภาวะภาษีสำหรับบุคลากรทางการศึกษาที่ได้รับเงินนอกเหนือจากเงินเดือน เพื่อให้เป็นองค์ความรู้แก่บุคลากรทางการศึกษาที่อาจไม่ตระหนักหรือไม่เล็งเห็นความสำคัญของภาวะภาษีจากเงินได้เหล่านั้น เงินได้ที่บุคลากรทางการศึกษาอาจได้รับนอกเหนือจากเงินเดือน ได้แก่ เงินค่าทำวิจัย ค่าตอบแทนจากการตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการ รายได้จากการขายหนังสือที่ได้รับจากมหาวิทยาลัย รวมทั้งเงินได้ค่าที่ปรึกษาจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งถือเป็นเงินพึงประเมินที่ต้องนำมารวมคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามเกณฑ์เงินสดด้วย แต่ละประเภทของเงินได้เหล่านี้มีเกณฑ์ในการจัดประเภทของเงินได้

แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการหักค่าใช้จ่ายและการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การประเมินเงินได้ที่ได้รับให้ครบถ้วน การจัดประเภทเงินได้พึงประเมิน รวมทั้งการหักค่าใช้จ่ายให้ถูกต้อง เป็นสิ่งที่บุคลากรทางการศึกษาทุกคนควรทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อใช้สำหรับการวางแผนภาษีในการรับงาน รับเงิน การจัดทำเอกสารหลักฐานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง และการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในแต่ละปีภาษีให้ถูกต้องและเหมาะสม อันจะส่งผลให้บุคลากรทางการศึกษาสามารถประหยัดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รวมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงการถูกลงโทษทางภาษีอากรในกรณีที่ทำผิดกฎหมายทางภาษีอากรได้อีกด้วย

ธนวรรณ แฉ่งชำโถม (2557) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ การวางแผนภาษีเกี่ยวกับรายจ่ายพนักงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางภาษีแก่องค์กรธุรกิจ การบริหารจัดการรายจ่ายด้านเงินเดือน ค่าแรง สวัสดิการ และผลประโยชน์เพิ่มเติมแก่พนักงาน เป็นต้นทุนหรือรายจ่ายสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะบุคลากรถือเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ (Key Success) ขององค์กรธุรกิจ ในปัจจุบัน แนวโน้มการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้ความสำคัญกับการจัดสวัสดิการมากขึ้น ซึ่งความสำคัญของการจัดสวัสดิการเชื่อมโยงกับการวางแผนภาษีของธุรกิจ กล่าวคือ การจัดสวัสดิการที่ดีและได้รับการยอมรับจากพนักงาน ต้องเป็นสวัสดิการที่ไม่เพิ่มภาระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแก่พนักงานผู้รับ และในขณะเดียวกัน องค์กรธุรกิจในฐานะผู้จ่ายต้องได้รับผลประโยชน์ทางภาษี เช่น สามารถนำรายจ่ายดังกล่าวมาคำนวณเป็นต้นทุนในการหากำไรสุทธิทางภาษีได้ รวมถึงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ก็จะสามารถนำภาษีซื้อที่เกิดขึ้นมาหักลบภาษีมูลค่าเพิ่มที่ต้องนำส่งได้ นอกจากนี้ มูลค่าสินค้าหรือบริการที่ถือเป็นสวัสดิการไม่ต้องนำมาคำนวณเป็นฐานภาษีสำหรับการคำนวณภาษีขายด้วย หากสามารถทำได้ตามกรณีดังกล่าวทั้งหมด การจัดสวัสดิการนั้นจะให้ผลดีทางภาษีทั้งแก่พนักงานผู้รับและองค์กรธุรกิจผู้ให้ ดังนั้นกิจการจึงควรพิจารณาการจัดสวัสดิการเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินนโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์

ธนิดา จิตรน้อมรัตน์ (2559) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องทำอย่างไร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการวางแผนภาษีส่วนบุคคลที่ถูกต้องในกรณีต่าง ๆ ให้บุคคลธรรมดาที่ต้องเสียภาษีเงินได้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่กฎหมายกำหนดไว้ ว่าสามารถนำไปใช้เพื่อประหยัดภาษีที่ต้องชำระได้อย่างไร โดยเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับกรณีที่ไม่วางแผนใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเนื้อหาประกอบด้วยตัวอย่างสำคัญ เช่น การแยกหน่วยภาษีและการกระจายเงินได้ การเพิ่ม

ค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อน รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นตามกฎหมาย และการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า

วิริยะศิตา พิมพัสสุวรรณ (2565) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งประกอบด้วย ความรู้และความเข้าใจด้านการเสียภาษี การได้รับข้อมูลและข่าวสาร ความพึงพอใจในการให้บริการ ทัศนคติ และอัตราภาษีที่ชำระ ที่ส่งผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ในด้านการยื่นแบบตรงตามกำหนดเวลาของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงความถูกต้องของการยื่นแบบ การวิจัยเป็นรูปแบบเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยะเวลา ฉะเชิงเทรา ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี และสระแก้ว ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ทั้งในด้านการยื่นแบบตรงตามกำหนดเวลา และความถูกต้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ด้านการยื่นแบบตรงตามกำหนดเวลาในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลและข่าวสาร รวมถึงด้านทัศนคติ ส่งผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ด้านความถูกต้องในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8.2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

Oliver McGarr (2009) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ A review of podcasting in higher education: Its influence on the traditional lecture งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลที่เป็นไปได้ของพอดแคสต์ต่อการบรรยายแบบดั้งเดิมในระดับอุดมศึกษา โดยเริ่มจากการสำรวจข้อดีและข้อจำกัดบางประการของการบรรยาย ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบการสอนที่โดดเด่นในการศึกษาระดับอุดมศึกษา จากนั้นทำการทบทวนการเกิดขึ้นของพอดแคสต์ในด้านการศึกษารวมถึงวัตถุประสงค์ของการใช้พอดแคสต์ ก่อนจะตรวจสอบ เอกสารที่เกี่ยวข้องล่าสุดเพื่อสนับสนุน ปรับปรุง และแทนที่การบรรยายแบบดั้งเดิม การทบทวนพบว่า การใช้พอดแคสต์ในระดับอุดมศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

1. การใช้แทนการบรรยายแบบเดิม (Replacement)
2. การใช้เสริมการบรรยาย (Supplementation)

3. การใช้อย่างสร้างสรรค์ (Creative use)

ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า พอดแคสต์ถูกใช้มากที่สุดในรูปแบบของการจัดทำบันทึกการบรรยายที่ผ่านมาเพื่อให้นักเรียนสามารถทบทวนและแก้ไขความเข้าใจได้ (การใช้แทน) รองลงมาคือการจัดเตรียมเนื้อหาเพิ่มเติมในรูปแบบคู่มือการเรียนและบันทึกสรุป เพื่อช่วยเพิ่มความเข้าใจของนักเรียนให้กว้างและลึกซึ้งยิ่งขึ้น (การใช้เสริม) ส่วนการใช้อย่างสร้างสรรค์ซึ่งหมายถึงการสร้างพอดแคสต์โดยนักเรียนเอง พบได้น้อยที่สุดในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเน้นย้ำว่า การใช้พอดแคสต์ในระดับอุดมศึกษาสามารถครอบคลุมได้หลากหลาย ตั้งแต่การใช้แทนการบรรยายแบบเดิมไปจนถึงการเป็นเครื่องมือเปิดโอกาสให้นักเรียนสร้างสรรค์เนื้อหาขึ้นเอง

Reima Al-Jarf (2023) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ Grammar Podcasts for ESL College Students พอดแคสต์ไวยากรณ์สำหรับนักศึกษาวิทยาลัย ESL การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการบูรณาการพอดแคสต์ไวยากรณ์ในการสอนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษให้กับนักศึกษาวิทยาลัยในกลุ่มผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ (EFL/ESL) โดยนำเสนอตัวอย่างพอดแคสต์ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่สามารถผสมผสานเข้ากับการสอนไวยากรณ์ในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม โดยแสดงให้เห็นถึงวิธีการดาวน์โหลดและใช้งานพอดแคสต์ไวยากรณ์เหล่านี้ พอดแคสต์ดังกล่าวครอบคลุมโครงสร้างไวยากรณ์และหัวข้อในการเรียนบางส่วน โดยประกอบด้วยคำอธิบายด้วยเสียงความยาว 2-5 นาที เกี่ยวกับจุดหรือโครงสร้างไวยากรณ์เฉพาะ พร้อมด้วยสคริปต์บทเรียน แบบฝึกหัด แบบทดสอบพร้อมเฉลยคำตอบ และตัวช่วยด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษซึ่งให้คำตอบสำหรับคำถามของนักเรียนในประเด็นทางไวยากรณ์ที่เป็นปัญหา นักเรียนสามารถดาวน์โหลดพอดแคสต์ พิมพ์สคริปต์ ทำแบบฝึกหัด และประเมินผลคะแนนด้วยตนเองได้ นอกจากนี้ยังสามารถดาวน์โหลดพอดแคสต์ไวยากรณ์ในระดับประถม ระดับกลาง และระดับสูงได้ตามความต้องการและระดับความสามารถของนักเรียน แตกต่างจากการบรรยายในชั้นเรียนแบบเห็นหน้ากัน พอดแคสต์ไวยากรณ์ช่วยให้นักเรียนสามารถฟังได้ทุกที่ทุกเวลา และบ่อยเท่าที่ต้องการ การอภิปรายในชั้นเรียนเกี่ยวกับพอดแคสต์ไวยากรณ์สามารถทำได้ทั้งในรูปแบบคู่ กลุ่มเล็ก หรือทั้งชั้นเรียน นอกจากนี้ ยังสามารถจัดทำแบบทดสอบไวยากรณ์ปลายภาคเรียนเพื่อวัดผลการปรับปรุงความรู้และความสำเร็จด้านไวยากรณ์ของนักเรียน ซึ่งเป็นผลมาจากการบูรณาการพอดแคสต์ไวยากรณ์เข้าสู่หลักสูตรไวยากรณ์ของกลุ่มผู้เรียน EFL งานวิจัยนี้ยังได้ให้คำแนะนำในการใช้พอดแคสต์ไวยากรณ์อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนในระดับวิทยาลัย

Widian Nicola (2022) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ Enhancing Student Social Work Practice Skills and Critical Thinking Through Podcast Production การเสริมสร้างทักษะด้านการปฏิบัติงานสังคมสงเคราะห์ของนักเรียน และการคิดอย่างมีวิจารณญาณผ่านการผลิตพอดแคสต์ นักการศึกษาทางสังคมสงเคราะห์มีความต้องการเพิ่มขึ้นในการใช้กลยุทธ์การสอนที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียนที่มีรูปแบบการเรียนรู้แตกต่างกัน และเพื่อพัฒนาความเชี่ยวชาญด้านทักษะการทำงานสังคมสงเคราะห์ของนักเรียน ขณะเดียวกัน นักการศึกษาสังคมสงเคราะห์จำนวนมากพบว่าการสอนแบบดั้งเดิมยังคงมีประสิทธิภาพ แต่การใช้แนวทางและเครื่องมือที่เป็นนวัตกรรมและเหมาะสมยิ่งขึ้น จะช่วยส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการเรียนรู้ และมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการเชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติ รวมถึงเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติในหมู่นักเรียน การใช้พอดแคสต์เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอน จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ จากการมอบหมายงานแบบใช้กระดาษในรูปแบบดั้งเดิม เปลี่ยนไปสู่การมอบหมายงานมัลติมีเดียที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ดังนั้น สรุปได้ว่าวิจัยนี้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีพอดแคสต์ในการมอบหมายงานในหลักสูตรงานสังคมสงเคราะห์ที่ออกแบบใหม่ โดยให้นักเรียนผลิตพอดแคสต์เพื่อบูรณาการและถ่ายทอดประสบการณ์ชีวิต ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบการสรุปกรณีหรือรายงานทางจิตสังคมแบบดั้งเดิม ผลลัพธ์จากการสำรวจแบบไม่มีการทดลองซึ่งดำเนินการเมื่อสิ้นสุดหลักสูตรระยะเวลา 15 สัปดาห์ พบว่าทักษะการสัมภาษณ์ การฟัง และงานสังคมสงเคราะห์ของนักเรียนได้รับการพัฒนาขึ้น รวมถึงการคิดเชิงวิพากษ์ การเชื่อมโยง และความเข้าใจที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเกี่ยวกับกรอบคิดและแบบจำลองทางทฤษฎีที่นำเสนอในหลักสูตร ผ่านการใช้การผลิตพอดแคสต์ ผลตอบรับจากการสำรวจนักเรียนจำนวน 19 คนที่ลงทะเบียนในหลักสูตรนี้เผยให้เห็นผลลัพธ์เชิงบวกของการใช้เทคโนโลยีใหม่นี้ในห้องเรียน

Kinana Qaddour (2017) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ The Use of Podcasts to Enhance Narrative Writing Skills การใช้พอดแคสต์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนเชิงบรรยาย กิจกรรมในงานวิจัยนี้ใช้พอดแคสต์เพื่อจำลองเทคนิคการเขียนเรื่องเล่า ความท้าทายที่นักเรียนต้องเผชิญในการฝึกทักษะการเขียนเล่าเรื่องนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเมื่อเปรียบเทียบกับ การเขียนเชิงโน้มน้าวใจ และเชิงอธิบาย โดยนักเรียนได้แสดงความกังวลออกมา แม้ว่านักเรียนจะมีประสบการณ์กับงานวรรณกรรมอย่างกว้างขวาง ทั้งในภาษาแม่และภาษาอังกฤษ แต่การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการผสมผสานองค์ประกอบการเล่าเรื่องตามประสบการณ์ของตนเอง กลับทำให้เกิดความตื่นตระหนก ยังมีความคาดหวังให้งานสร้างสรรค์มากเท่าใด ความมั่นใจของ

นักเรียนก็ยิ่งถูกทำลายลงเท่านั้น พอดแคสต์จึงถูกนำเสนอในรูปแบบการเล่าเรื่องที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่สำหรับนักเรียน

P. Nicole King (2021) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ Sounds of a City: Listening with Podcasts and Public Humanities in Baltimore (เสียงของเมือง: การฟังด้วยพอดแคสต์ และมนุษยศาสตร์สาธารณะในบัลติมอร์) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่สะท้อนถึงโครงการ Baltimore Traces: Communities in Transition ซึ่งเป็นความพยายามในการสอนร่วมกันที่เริ่มขึ้นในปี 2015 เพื่อบันทึกการเปลี่ยนแปลงของย่านใกล้เคียงในบัลติมอร์ผ่านสื่อที่นักเรียนผลิตขึ้น งานวิจัยในบทความนี้ให้คำจำกัดความของมนุษยศาสตร์สาธารณะ พร้อมกับอภิปรายเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านระเบียบวิธีแบบออร์แกนิกที่พัฒนาผ่านกระบวนการสร้างชุดพอดแคสต์ซึ่งนักเรียนเป็นผู้ผลิต โดยมุ่งเน้นที่การฟังเสียงของเมืองในช่วงเวลาที่เฉพาะเจาะจง การแบ่งปันอำนาจ และการรับฟังอย่างลึกซึ้งกับทั้งนักเรียนและเสียงที่หลากหลายของเมือง นำไปสู่การใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบ "บนถนน" ซึ่งเป็นวิธีการแบบออร์แกนิกที่ผสมผสานการสื่อสารมวลชนเข้ากับทุนการศึกษา ผลักดันการวิจัยแบบมีส่วนร่วมไปสู่ขอบเขตสหวิทยาการใหม่ที่รวบรวมเสียงจากท้องถนนเข้ามาภายในห้องเรียนของมหาวิทยาลัย

จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ดังนี้

งานวิจัยในประเทศไทยมีการศึกษาในหลายมิติ ทั้งด้านการสร้างสรรค์สื่อเสียงและด้านการจัดการภาษาที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรทางการศึกษาและองค์กรธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ชญาณี ฉลาดธัญญกิจ (2564) ได้วิจัยการสร้างสรรคดีสื่อเสียงเพื่อความผ่อนคลายในรูปแบบ ASMR Travel Podcast โดยเน้นกระบวนการผลิตที่ต้องใส่ใจทุกขั้นตอน ตั้งแต่การทำความเข้าใจเสียง การเขียนบท ไปจนถึงการบันทึกและใส่เพลงประกอบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านอารมณ์ผ่อนคลาย งานนี้สะท้อนถึงความสำคัญของการออกแบบเสียงอย่างละเอียดอ่อนต่อผู้ฟัง

ในอีกด้านหนึ่ง งานวิจัยของศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ (2563) ธนวรรณ แฉ่งชำโถม (2557) และธนิตา จิตรน้อมรัตน์ (2559) มุ่งเน้นการจัดการภาษาของบุคลากรและองค์กรธุรกิจ โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนภาษา การจัดประเภทเงินได้ และการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างถูกต้อง เพื่อให้บุคลากรและองค์กรสามารถลดภาระภาษีและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเสียภาษี พบว่าทัศนคติและการได้รับข้อมูลข่าวสารมีผลต่อการยื่นแบบตรงเวลาและความถูกต้อง

ในระดับสากล งานวิจัยเน้นการใช้พอดแคสต์ในบริบทการเรียนการสอนและการพัฒนาทักษะ Oliver McGarr (2009) ทบทวนการใช้พอดแคสต์ในอุดมศึกษา พบว่ามีการใช้ทั้ง

เพื่อแทนการบรรยาย เสริมการบรรยาย และการใช้เชิงสร้างสรรค์ โดยการใช้แทนการบรรยายเป็นรูปแบบที่พบมากที่สุด Reima Al-Jarf (2023) ศึกษาการใช้ Grammar Podcasts สำหรับนักศึกษา ESL/EFL เพื่อเสริมการเรียนรู้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ โดยมีสคริปต์ แบบฝึกหัด และการทดสอบที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา

นอกจากนี้ Widian Nicola (2022) ได้ใช้การผลิตพอดแคสต์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะงานสังคมสงเคราะห์และการคิดเชิงวิพากษ์ของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่าการผลิตพอดแคสต์ช่วยเสริมสร้างทักษะการสัมภาษณ์ การฟัง และการเชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติ ขณะที่ Kinana Qaddour (2017) ใช้พอดแคสต์เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนเชิงบรรยาย โดยช่วยให้นักเรียนเข้าใจเทคนิคการเล่าเรื่องและพัฒนาทักษะการเขียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่า สื่อเสียงและพอดแคสต์มีบทบาทสำคัญทั้งในเชิงสร้างสรรค์และเชิงการศึกษา ในประเทศ งานวิจัยเน้นการผลิตสื่อเสียงเพื่อสร้างอารมณ์และการจัดการภาววิที่เกี่ยวกับบุคคลากร ขณะที่ต่างประเทศเน้นการใช้พอดแคสต์เพื่อเสริมการเรียนรู้ พัฒนาทักษะภาษา และทักษะวิชาชีพ สะท้อนให้เห็นว่าพอดแคสต์เป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับใช้ได้หลากหลายตามบริบท และมีศักยภาพสูงในการเป็นเครื่องมือทางการศึกษาและการพัฒนาทักษะในยุคดิจิทัล

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. แผนภาพในการดำเนินการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

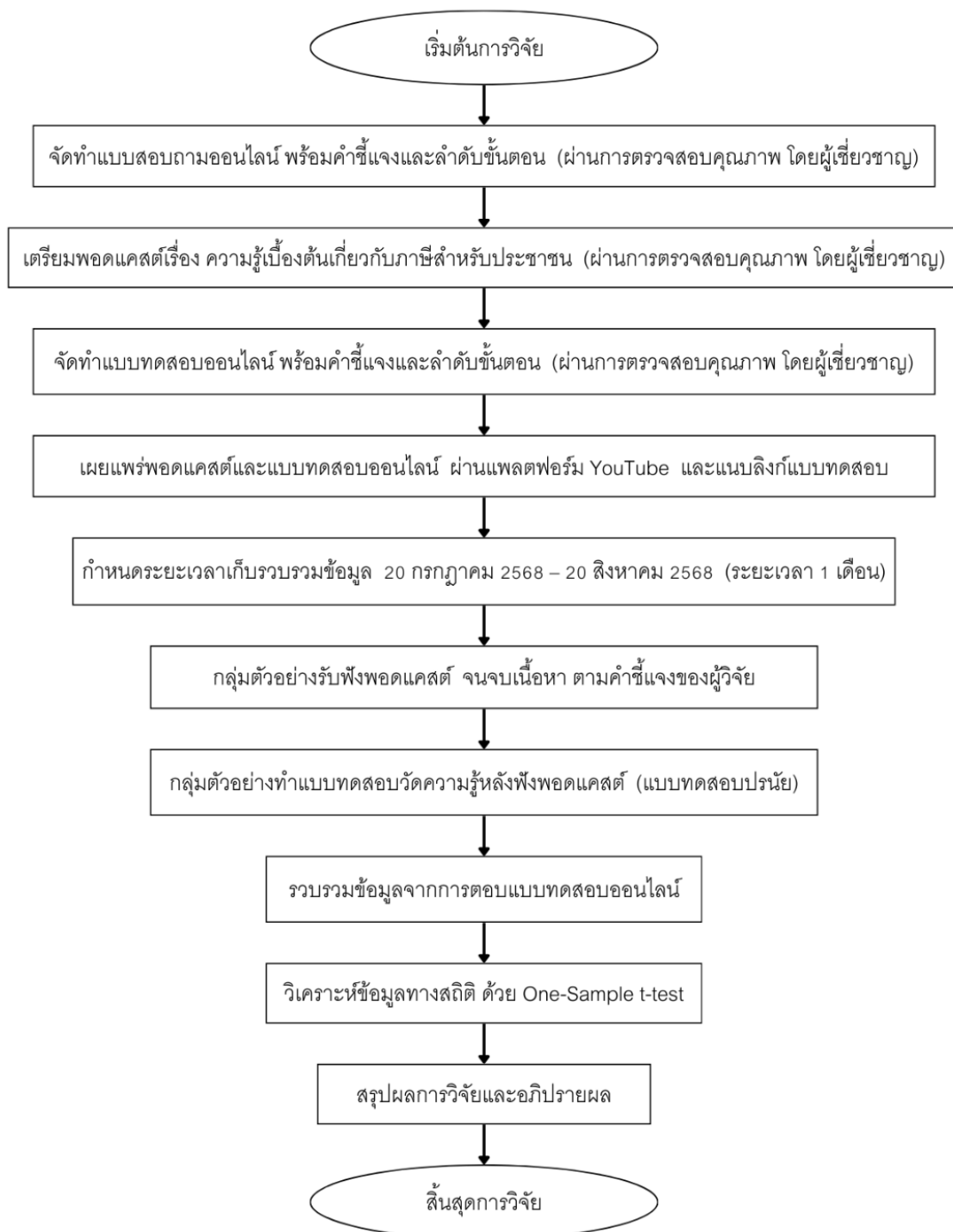
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน คือ ประชาชนที่มีหน้าที่เสียภาษีในประเทศไทยและสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ เนื่องจากเป็นประชากรขนาดใหญ่ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ จึงถือเป็น ประชากรไม่จำกัดจำนวน (Infinite Population)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

- กลุ่มตัวอย่างที่ 1 จำนวน 124 คน ได้มาโดยวิธี การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงเวลาที่กำหนด สำหรับเก็บข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาพอดแคสต์

- กลุ่มตัวอย่างที่ 2 จำนวน 132 คน ได้มาโดยวิธี การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ตอบแบบทดสอบออนไลน์ในช่วงเวลาที่กำหนด สำหรับนำไปประเมินผลใช้พอดแคสต์

แผนภาพในการดำเนินการวิจัย



ภาพประกอบ 1 แผนภาพในการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ
2. แบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
3. พอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และเอกสารประกอบการฟัง
4. แบบประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
5. แบบประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
6. แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และเพื่อศึกษาผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ
 - 1.1 ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาษี และพอดแคสต์
 - 1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความสนใจของประชาชนในการรับฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับภาษี
 - 1.3 ออกแบบแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่
 - 1.3.1 ส่วนที่ 1 ชี้แจงวัตถุประสงค์ และช่องความยินยอมให้ข้อมูล
 - 1.3.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย
 - 1) เพศ
 - 2) อายุ
 - 1.3.3 ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อกับภาษีที่ต้องการฟังในพอดแคสต์
 - 1.3.4 ส่วนที่ 4 ความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์
 - 1) เสียงของผู้บรรยายในพอดแคสต์
 - 2) ระยะเวลาในการฟังพอดแคสต์
 - 3) รูปแบบพอดแคสต์ที่สนใจ

4) สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟัง เช่น ในห้อง หรือ บนรถ

5) ช่องทางในการฟังพอดแคสต์

1.4 นำแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการเรียนการสอน จำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีค่าคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจในแต่ละข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

1.5 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยให้มีการใส่ช่องยินยอมการให้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.6 นำแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจ เผยแพร่ผ่าน Google Form เพื่อรวบรวมข้อมูล โดยการส่งต่อผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 13 มิถุนายน 2568 ถึง 13 กรกฎาคม 2568 และได้ผู้ตอบแบบสอบถามมาจำนวน 124 คน (รายละเอียดดังภาคผนวก ข)

2. แบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

2.1 สร้างแบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษาที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ เพื่อนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- | | | |
|----|---------|--------------------------------------------|
| +1 | หมายถึง | ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |
| 0 | หมายถึง | ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |
| -1 | หมายถึง | ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |

จากนั้นนำคะแนนการประเมินความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญมาแทนค่าในสูตรดัชนีความสอดคล้อง ถ้าค่าดัชนีมีความสอดคล้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าเป็นแบบวัดมีความสอดคล้อง

2.2 นำแบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขเบื้องต้น

2.3 ปรับปรุงแบบประเมินตามคำแนะนำอาจารย์ที่ปรึกษา

2.4 นำแบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีค่าคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจในแต่ละข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 (รายละเอียดดังภาคผนวก ข)

3. พอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และเอกสารประกอบการฟัง ผลิตตามขั้นตอนการวิเคราะห์ ออกแบบ และจัดทำเนื้อหาเกี่ยวกับภาษี โดยอิงหลักการออกแบบสื่อตามทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer (Richard E. Mayer, 2019)

3.1 วิเคราะห์วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเหมาะสมของเนื้อหา ลักษณะผู้เรียน และรูปแบบสื่อที่ใช้ในการพัฒนาพอดแคสต์ภาพประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มีหน้าที่เสียภาษีในประเทศไทยและสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้

3.1.2 วิเคราะห์เนื้อหาที่นำมาใช้ในการพัฒนาพอดแคสต์ คัดเลือกจากสาระสำคัญตามกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยพิจารณาเฉพาะเนื้อหาที่จำเป็นและสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย ความหมายของรายได้พึงประเมิน ประเภทของรายได้ที่ต้องเสียภาษีและรายได้ที่ได้รับการยกเว้น อัตราภาษีก้าวหน้า สิทธิลดหย่อนภาษี ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด. 90 และ ภ.ง.ด. 91) และขั้นตอนการยื่นภาษีผ่านระบบออนไลน์ ทั้งนี้เนื้อหาถูกจัดลำดับจากง่ายไปยาก เพื่อเอื้อต่อการเรียนรู้อย่างเป็นลำดับขั้น

3.1.3 วิเคราะห์สื่อและรูปแบบการนำเสนอ พอดแคสต์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก และเหมาะสมกับวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยจึงเลือกใช้พอดแคสต์ร่วมกับภาพประกอบ (Audio-Visual Podcast) เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ผ่านช่องทางการรับรู้ทั้งทางเสียงและทางสายตา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Dual Channel ของทฤษฎีมัลติมีเดียของ Mayer (Richard E. Mayer, 2019)

3.2 ขั้นตอนการออกแบบมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดโครงสร้างเนื้อหา ลักษณะการนำเสนอ และองค์ประกอบสื่อให้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยมัลติมีเดียของ Mayer ดังนี้

3.2.1 ออกแบบโครงสร้างเนื้อหา พอดแคสต์ภาพประกอบถูกออกแบบเป็นหัวข้อย่อยจำนวน 20 หัวข้อ โดยแต่ละหัวข้อจะนำเสนอเนื้อหาในช่วงเวลาสั้น ๆ เพื่อไม่ให้เนื้อหา มากเกินไป ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถประมวลผลข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 ออกแบบเสียงบรรยาย โดยเสียงบรรยายถูกออกแบบให้ใช้ภาษาที่เป็นทางการ เข้าใจง่าย และมีลักษณะเป็นการบรรยายเชิงวิชาการ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึก ใกล้เคียงกับเนื้อหา สอดคล้องกับหลักการสร้างความเป็นส่วนบุคคล (Personalization Principle) ของ Mayer ซึ่งช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความหมาย

3.2.3 ออกแบบภาพประกอบ โดยภาพประกอบถูกออกแบบให้มีความ สอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละตอน ใช้ข้อความสั้น กระชับ และช่วยเสริมกับเสียงบรรยาย

3.3 ขั้นตอนการพัฒนาและจัดทำพอดแคสต์ มีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้จัดทำพอดแคสต์จำนวน 20 หัวข้อ โดยในแต่ละ หัวข้อกำหนดประเด็นสำคัญและลำดับการนำเสนออย่างชัดเจน

3.3.2 ภาพประกอบของพอดแคสต์ถูกพัฒนาด้วยโปรแกรมออกแบบกราฟิก Canva โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของสี ตัวอักษร และสัญลักษณ์ให้มีความสม่ำเสมอทั้งชุด เพื่อ สนับสนุนการประมวลผลข้อมูลทางสายตา และลดความสับสนของผู้เรียน

3.3.3 ผู้วิจัยได้บันทึกเสียงบรรยายและภาพประกอบเข้าด้วยกัน และจัดวาง องค์ประกอบให้มีความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

3.4 นำพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน พร้อมทั้ง เอกสารประกอบการฟัง นำไปเผยแพร่ลงทาง Youtube โดยใช้ชื่อว่า PODCAST ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา เข้าใจง่ายในไม่กีนาที โดยแนบเอกสารประกอบการฟัง และแบบทดสอบความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชนไว้ในคำอธิบาย และได้ส่งต่อช่องทางเข้าถึงผ่านทางช่องทาง ออนไลน์ต่างๆ เป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 20 กรกฎาคม 2568 ถึง 20 สิงหาคม 2568

4. แบบประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับ ประชาชน สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

4.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนด องค์ประกอบและตัวชี้วัดของแบบประเมินให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.2 กำหนดโครงสร้างของแบบประเมิน โดยผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างของแบบประเมินคุณภาพพอดแคสต์ แบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่

4.2.1 ด้านเนื้อหา

4.2.2 ด้านรูปแบบการนำเสนอ

4.2.3 ด้านความน่าสนใจและการมีส่วนร่วม

4.2.4 ด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้

4.3 ผู้วิจัยสร้างข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ ตั้งแต่ มากที่สุด (5) ถึง น้อยที่สุด (1) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถประเมินระดับคุณภาพของพอดแคสต์ได้อย่างละเอียด รายละเอียดของแต่ละด้านมีดังนี้

4.3.1 ด้านเนื้อหา ประกอบด้วยรายการประเมินเกี่ยวกับ

- 1) เนื้อหามีความถูกต้องตามหลักวิชาการ
- 2) เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสื่อ
- 3) เนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน
- 4) การลำดับเนื้อหาที่มีความเป็นระบบเข้าใจง่าย
- 5) มีการยกตัวอย่างหรืออธิบายเสริมช่วยให้เข้าใจมากขึ้น

4.3.2 ด้านรูปแบบการนำเสนอ

- 1) เสียงพูดชัดเจน น้ำเสียงเหมาะสมกับเนื้อหา
- 2) การใช้ภาษาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 3) การจัดช่วงเวลาในแต่ละตอนเหมาะสม (ไม่สั้นหรือยาวเกินไป)
- 4) มีจังหวะการพูดหรือการเว้นช่วงที่ทำให้น่าติดตาม
- 5) มีการสรุปเนื้อหาหรือประเด็นสำคัญอย่างชัดเจน

4.3.3 ด้านความน่าสนใจและการมีส่วนร่วม

- 1) พอดแคสต์มีความน่าสนใจ ดึงดูดให้ติดตาม
- 2) มีการกระตุ้นให้ผู้ฟังติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์ (เช่น คำถามชวนคิด

หรือกิจกรรม)

- 3) มีการออกแบบองค์ประกอบ เช่น เพลงประกอบ หรือเสียงเอฟเฟกต์ที่

เหมาะสม

4.3.4 ด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้

1) สามารถนำพอดแคสต์ไปใช้เป็นการเรียนรู้หรือประชาสัมพันธ์ได้จริง

2) พอดแคสต์เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (ประชาชนทั่วไป)

4.4 ผู้วิจัยนำแบบประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ที่สร้างขึ้น เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการเรียนการสอน จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องของแต่ละรายการประเมินกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผลการหาคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าคุณภาพของพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน มีคุณภาพระดับมากที่สุด (รายละเอียดดังภาคผนวก ข)

4.5 ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขรายการประเมินในด้านถ้อยคำ ความชัดเจน และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นจัดทำแบบประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นการประเมินคุณภาพสื่อในขั้นตอนต่อไปของการวิจัย โดยให้มีการแก้ไขภาพประกอบให้มีความสดใส เพิ่มกราฟิกประกอบที่สื่อความหมาย และใช้โทนสีสดใสอย่างเหมาะสม เพื่อยกระดับความน่าสนใจของบทความโดยคงความเป็นทางการและความชัดเจนของเนื้อหา

5. แบบประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

5.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.2 ผู้วิจัยนำบทพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาจำนวน 20 หัวข้อ มาวิเคราะห์สาระสำคัญในแต่ละตอน แล้วจัดทำตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อหาในพอดแคสต์ กับข้อความถามของแบบทดสอบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา

5.3 ผู้วิจัยจัดทำแบบประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาในรูปแบบตาราง โดยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาบทพอดแคสต์กับข้อความถามแบบทดสอบแต่ละข้อ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบ IOC ดังนี้

+1	หมายถึง	ข้อความสอดคล้องกับเนื้อหาพอดแคสต์
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจ หรือสอดคล้องบางส่วน
-1	หมายถึง	ข้อความไม่สอดคล้องกับเนื้อหาพอดแคสต์

โดยแบบประเมินดังกล่าวประกอบด้วยช่องสำหรับระบุหัวข้อเนื้อหาพอดแคสต์ และข้อความแบบทดสอบ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถพิจารณาได้อย่างชัดเจน

5.4 ผู้วิจัยนำแบบประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาที่สร้างขึ้น เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของกรมสรรพากร จำนวน 3 ท่าน จากนั้นนำคะแนนการประเมินความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญมาแทนค่าในสูตรดัชนีความสอดคล้อง ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าเป็นแบบวัดมีความสอดคล้อง ซึ่งพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน กับ แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน มีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 (รายละเอียดดังภาคผนวก ข)

6. แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน หลังรับฟังพอดแคสต์

6.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แนวคิดการวัดและประเมินผลทางการศึกษา

6.2 นำบทพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน ซึ่งแบ่งออกเป็น 20 หัวข้อ มาวิเคราะห์เนื้อหาสาระสำคัญ และกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ในแต่ละหัวข้อ เพื่อให้ข้อคำถามแบบทดสอบสามารถวัดผลการเรียนรู้ได้ตรงตามเนื้อหาที่นำเสนอ

6.3 สร้างข้อคำถามแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก (Multiple Choice) จำนวน 20 ข้อ โดยแต่ละข้อมีคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว และตัวเลือกอื่นเป็นตัวลวงที่มีความเหมาะสม ทั้งนี้ข้อคำถามถูกออกแบบให้ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน และสอดคล้องกับสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวัน

6.4 นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้น เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาพอดแคสต์ โดยใช้แบบประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) มีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 (รายละเอียดดังภาคผนวก ข)

6.5 แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน โดยแนบไว้ในคำอธิบาย และได้ส่งต่อผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 20 กรกฎาคม 2568 ถึง 20 สิงหาคม 2568 และมีผู้ทำแบบทดสอบทั้งหมด 132 คน มีคะแนนเฉลี่ยหลังการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชนเท่ากับ 17.45 คะแนน

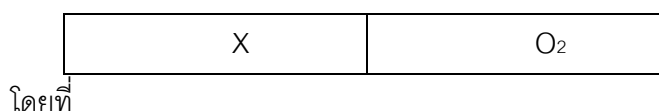
การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเผยแพร่พอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน พร้อมทั้งเอกสารประกอบการฟัง นำไปเผยแพร่ลงทาง Youtube โดยใช้ชื่อว่า PODCAST ภาษาเงินได้บุคคลธรรมดา เข้าใจง่ายในไม่กี่นาที (มีแบบทดสอบหลังฟัง) โดยแนบเอกสารประกอบการฟัง และแบบทดสอบแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชนไว้ในคำอธิบาย และได้ส่ง

ต่อผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 20 กรกฎาคม 2568 ถึง 20 สิงหาคม 2568

แบบแผนการทดลอง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบ One-Group Posttest-Only Design



X การใช้พอดแคสต์ที่พัฒนาขึ้น

O₂ การประเมินผลความรู้ ความเข้าใจหลังฟังพอดแคสต์

การวัดผลและการวิเคราะห์ผลการวิจัย (Outcome Measurement / Data Analysis)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ร่วมกับแบบทดสอบวัดความรู้และแบบประเมินที่เกี่ยวข้อง ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การเตรียมการก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการจัดเตรียมพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพและความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจัดทำแบบทดสอบวัดความรู้และแบบประเมินต่างๆ ในรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ พร้อมกำหนดค่าชี้แจงและลำดับขั้นตอนในการตอบแบบประเมินอย่างชัดเจน

2. การเผยแพร่พอดแคสต์และแบบสอบถามออนไลน์ โดยการเผยแพร่พอดแคสต์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ YouTube และจัดทำลิงก์แบบทดสอบออนไลน์แนบไว้ร่วมกับพอดแคสต์ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงเนื้อหาและทำแบบทดสอบได้อย่างสะดวก โดยเปิดให้กลุ่มตัวอย่างรับชมพอดแคสต์และตอบแบบทดสอบภายในระยะเวลาที่กำหนด คือ เวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 20 กรกฎาคม 2568 ถึง 20 สิงหาคม 2568

3. ลำดับขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดลำดับขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ ดังนี้

3.1 การทดลองรับฟังพอดแคสต์ โดย กลุ่มตัวอย่างรับฟังพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน จนจบเนื้อหา ตามคำชี้แจงที่ผู้วิจัยกำหนด เพื่อให้ ได้รับความรู้และสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างครบถ้วน

3.2 ทำแบบทดสอบวัดความรู้ โดยหลังจากรับฟังพอดแคสต์แล้ว กลุ่ม ตัวอย่างทำแบบทดสอบวัดความรู้เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นด้านภาษี ซึ่งเป็นแบบทดสอบปรนัย เพื่อ ประเมินระดับความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างภายหลังการรับฟังพอดแคสต์

4. รวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบทดสอบออนไลน์ และประมวลผลทางสถิติ ด้วยการ ใช้ t-test แบบ One-Sample t-test

5. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าเฉลี่ยของคะแนน (\bar{X})

1.2 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของ พอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ ภาษีสำหรับประชาชน และแบบทดสอบเรื่อง แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับ ประชาชน โดยใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ใช้การทดสอบ t-test แบบ One-Sample t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ เปรียบเทียบกับคะแนนเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 70%

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และ 2) เพื่อศึกษาผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ได้ผลการวิจัยแบ่งการนำเสนอ ผลออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

ตอนที่ 2 ผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้แทนความหมาย ดังต่อไปนี้

N	แทน	จำนวนเชิงขงชาญ
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-distribution
**	แทน	ค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
D	แทน	ผลต่างของคะแนนก่อนและหลังการทดลอง
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

ตาราง 2 แสดงผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

รายการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1) ชาย	58	46.80
2) หญิง	66	53.20

รายการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
1) 20 - 30	87	70.20
2) 31 - 40	25	20.20
3) 41 - 50	7	5.60
4) 51 - 60	5	4.00
3. เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาษีที่ต้องการฟังในพอดแคสต์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	98	79.00
2) วิธีการยื่นแบบภาษีออนไลน์	67	54.00
3) กฎหมายเกี่ยวกับภาษี	61	49.20
4) วิธีการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	60	48.40
5) อื่นๆ	0	0
4. ความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์		
4.1. เสียงของผู้บรรยายในพอดแคสต์		
1) เสียงผู้ชาย	50	40.30
2) เสียงผู้หญิง	74	59.70
4.2. ระยะเวลาในการฟังพอดแคสต์		
1) น้อยกว่า 5 นาที	9	7.30
2) 5 – 10 นาที	59	47.60
3) 10 – 15 นาที	27	21.80
4) 15 – 30 นาที	20	16.10
5) มากกว่า 30 นาที	9	7.30
6) อื่นๆ	0	0
4.3. รูปแบบพอดแคสต์ที่สนใจ		
1) มีเสียงอย่างเดียว และมีเอกสารประกอบ	13	10.50
2) มีเสียง มีภาพประกอบ ไม่มีเอกสาร	20	16.10
3) มีเสียง มีภาพประกอบ และมีเอกสารประกอบ	55	44.40
4) มีเสียง และมีภาพเคลื่อนไหวประกอบ ไม่มีเอกสาร	10	8.00
เอกสาร		

5) มีเสียง มีภาพเคลื่อนไหว และมีเอกสารประกอบ	26	21.00
4.4. สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟัง เช่น ในห้อง หรือ บนรถ		
1) ในห้องนอน	66	53.20
2) บนรถ	18	14.50
3) อื่นๆ	40	32.30

จากตาราง 2 ผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 124 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง ร้อยละ 53.20 ช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 70.20 เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาษีที่ต้องการฟังในพอดแคสต์ในเรื่อง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ร้อยละ 79 ในส่วนของความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์ เสียงของผู้บรรยายในพอดแคสต์ที่ต้องการฟังเป็นเสียงของ ผู้หญิง ร้อยละ 59.70 ระยะเวลาในการฟังพอดแคสต์จำนวน 5-10 นาที ร้อยละ 47.60 รูปแบบพอดแคสต์ที่สนใจ เป็นแบบ มีเสียง มีภาพประกอบ และมีเอกสารประกอบ ร้อยละ 44.40 สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟังเป็น ในห้องนอน ร้อยละ 53.20 และ ช่องทางในการฟังพอดแคสต์คือ YouTube ร้อยละ 83.10

ตาราง 3 แสดงผลการประเมินคุณภาพของพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เนื้อหา (Content)			
1.1. เนื้อหามีความถูกต้องตามหลักวิชาการ	5.00	0.00	มากที่สุด
1.2. เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสื่อ	5.00	0.00	มากที่สุด
1.3. เนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน	5.00	0.00	มากที่สุด
1.4. การลำดับเนื้อหา มีความเป็นระบบ เข้าใจง่าย	4.67	0.58	มากที่สุด
1.5. มีการยกตัวอย่างหรืออธิบายเสริมที่ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น	4.67	0.58	มากที่สุด
2. รูปแบบการนำเสนอ (Presentation)			
2.1. เสียงพูดชัดเจน น้ำเสียงเหมาะสมกับเนื้อหา	4.67	0.58	มากที่สุด
2.2. การใช้ภาษาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5.00	0.00	มากที่สุด
2.3. การจัดช่วงเวลาในแต่ละตอนเหมาะสม (ไม่ยาวหรือสั้นเกินไป)	4.67	0.58	มากที่สุด

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
2.4. มีจังหวะการพูดหรือการเว้นช่วงที่ทำให้ติดตาม ง่าย	5.00	0.00	มากที่สุด
2.5. มีการสรุปเนื้อหาหรือเน้นประเด็นสำคัญอย่าง ชัดเจน	5.00	0.00	มากที่สุด
3. ความน่าสนใจและการมีส่วนร่วม (Engagement)			
3.1. พอดแคสต์มีความน่าสนใจ ดึงดูดให้ติดตาม	5.00	0.00	มากที่สุด
3.2. มีการกระตุ้นให้ผู้ฟังติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์ (เช่น คำถามชวนคิด หรือกิจกรรม)	4.67	0.58	มากที่สุด
3.3. มีการออกแบบองค์ประกอบ เช่น เพลงประกอบ หรือเสียงเอฟเฟกต์ที่เหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของการนำไปใช้ (Applicability)			
4.1. สามารถนำพอดแคสต์ไปใช้เป็นการเรียนรู้หรือ ประชาสัมพันธ์ได้จริง	5.00	0.00	มากที่สุด
4.2. พอดแคสต์เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย (ประชาชน ทั่วไป)	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.89	0.32	มากที่สุด


จากตาราง 3 ผลการประเมินคุณภาพพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษี
สำหรับประชาชน จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$ S.D.= 0.32) โดยด้าน
เนื้อหา ($\bar{X} = 4.87$ S.D.= 0.35) ด้านรูปแบบการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.87$ S.D.= 0.35) ด้านความ
น่าสนใจและการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.89$ S.D.= 0.33) และด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้ (\bar{X}
= 5.00 S.D.= 0.00) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด



**ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
เข้าใจง่ายในไม่กี่นาที**

🎧 พอดแคสต์: เข้าใจภาษีใน 15 นาที

ภาพประกอบ 2 หน้าปกพอดแคสต์




อัตราภาษีเงินได้ของไทย

ภาษีก้าวหน้า 7 ชั้น
📊 ตั้งแต่ 5% - 35%

รายได้สุทธิ \leq 150,000 บาท/ปี → ไม่เสียภาษี

ภาพประกอบ 3 ภาพประกอบในการฟังพอดแคสต์



รายได้ที่ต้องเสียภาษี (รายได้พึงประเมิน)
ประเภทของรายได้ที่ต้องนำมาคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่

- รายได้จากเงินเดือนหรือค่าจ้างประจำ
- รายได้จากการรับจ้างทั่วไป หรือการประกอบอาชีพอิสระ
- รายได้จากการให้เช่าทรัพย์สิน เช่น บ้าน หรือ คอนโดมิเนียม
- ดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรจากการขายทรัพย์สิน (เช่น หุ้น หรืออสังหาริมทรัพย์)

ภาพประกอบ 4 เอกสารประกอบการฟังพอดแคสต์ หากต้องการอ่านเพิ่มเติม 1

อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (2561 – ปัจจุบัน)
ระบบภาษีของประเทศไทยเป็นระบบภาษีก้าวหน้า โดยมีอัตราภาษี 7 ขั้น ดังนี้:



หมายเหตุ: การคำนวณจะคิดเป็นขั้น ไม่ใช่ นำทั้งหมดไปคำนวณด้วยอัตราเดียว

รายได้สุทธิ (บาทต่อปี)	อัตราภาษี
ไม่เกิน 150,000	0%
150,001 – 300,000	5%
300,001 – 500,000	10%
500,001 – 750,000	15%
750,001 – 1,000,000	20%
1,000,001 – 2,000,000	25%
2,000,001 – 5,000,000	30%
เกิน 5,000,000	35%

ภาพประกอบ 5 เอกสารประกอบการฟังพอดแคสต์ หากต้องการอ่านเพิ่มเติม 2



ภาพประกอบ 6 คิวอาร์โค้ด สำหรับสแกนฟังพอดแคสต์

ลิงก์สำหรับการฟังพอดแคสต์ <https://youtu.be/ICIC3jI5i9k?si=VNqCsXzUrS9r0-TW>

ตอนที่ 2 ผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

การประเมินผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชนจะประเมินด้วยแบบทดสอบ และนำมาสรุปในรูปแบบ One-Sample t-test เพื่อเปรียบเทียบคะแนนกับค่ากลางที่ตั้งไว้ที่ 70%

ตาราง 4 แสดงผลการทดสอบ แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

ตัวแปร	N	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	ค่า p (Sig.)
คะแนนหลังฟังพอดแคสต์	132	17.45	1.863	21.303	.000

จากตาราง 6 ผลการทดสอบแบบทดสอบเรื่อง แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยใช้สถิติ One-Sample t-test เพื่อเปรียบเทียบกับคะแนนเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 70% พบว่า ผู้เข้าร่วมจำนวน 132 คน มีคะแนนเฉลี่ยหลังการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชนเท่ากับ 17.45 คะแนน (S.D. = 1.863) ซึ่งสูงกว่าค่ากลางที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปอภิปราย และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน และ 2) เพื่อศึกษาผลการใช้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการตามขั้นตอน และนำผลการวิจัยที่ได้มาวิเคราะห์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน พบว่า มีคุณภาพของ พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$ S.D.= 0.32) โดยด้านเนื้อหา (Content) ($\bar{X} = 4.87$ S.D.= 0.35) ด้านรูปแบบการนำเสนอ (Presentation) ($\bar{X} = 4.87$ S.D.= 0.35) ด้านความน่าสนใจ การมีส่วนร่วม (Engagement) ($\bar{X} = 4.89$ S.D.= 0.33) และด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้ (Applicability) ($\bar{X} = 5.00$ S.D.= 0.00) มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ความรู้ความเข้าใจหลังได้รับฟังพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน มีประเด็นในการอภิปราย ดังนี้

1. ผลการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน พบว่า พอดแคสต์มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.32) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านความน่าสนใจและการมีส่วนร่วม และด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้ พบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยเฉพาะด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) สะท้อนให้เห็นว่าพอดแคสต์ดังกล่าวมีศักยภาพในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการพัฒนา และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในบริบทของประชาชนทั่วไป

ผลการวิจัยนี้สามารถอธิบายได้โดยอาศัย ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ (Andragogy) ซึ่งระบุว่าผู้เรียนผู้ใหญ่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผู้เรียนวัยอื่น โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตจริง สามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหา และสอดคล้องกับบทบาทและความรับผิดชอบของตนเอง (Christopher Pappas, 2025) การที่พอดแคสต์ได้รับการประเมินด้านความเหมาะสมของการนำไปใช้ในระดับสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนรับรู้ถึงคุณค่าและความจำเป็นของเนื้อหาด้านภาษา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานสำคัญของทฤษฎีดังกล่าว ได้แก่ ความต้องการทราบเหตุผลของการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นการเรียนรู้เชิงปัญหา

ในด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดนั้น สามารถอธิบายได้โดย ทฤษฎีการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Mayer ซึ่งเน้นการออกแบบสื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับกระบวนการประมวลผลข้อมูลของมนุษย์ โดยคำนึงถึงขีดจำกัดของความจำระยะสั้น และการลดภาระทางองค์ความรู้ที่ไม่จำเป็น (Andrew DeBell, 2019) การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่กระชับ ชัดเจน และเรียงลำดับสารอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับหลักการความสอดคล้อง และหลักการหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพของพอดแคสต์ในระดับสูง

นอกจากนี้ การที่พอดแคสต์เป็นสื่อการเรียนรู้ที่อาศัยการถ่ายทอดผ่านเสียงเพียงช่องทางเดียว ยังสอดคล้องกับ แนวคิดการเรียนรู้ด้วยการฟัง ซึ่งอธิบายว่าการฟังเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ การจดจำ และการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับประสบการณ์เดิมของผู้เรียน (Bay Atlantic University, 2024) เสียงบรรยายที่มีความชัดเจน ใช้น้ำเสียงเหมาะสม และมีลักษณะเป็นกันเอง ช่วยกระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง ส่งผลให้ด้านความน่าสนใจ และการมีส่วนร่วมได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

โดยสรุป ผลการพัฒนาพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาสำหรับประชาชน ชี้ให้เห็นว่าสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบพอดแคสต์สามารถพัฒนาให้มีคุณภาพในระดับสูงได้ หากมีการออกแบบและพัฒนาโดยยึดหลักทฤษฎีการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ทฤษฎีการเรียนรู้มัลติมีเดียของ Mayer และแนวคิดการเรียนรู้ด้วยการฟังอย่างเป็นระบบ การบูรณาการหลักการดังกล่าวไม่เพียงส่งเสริมความเข้าใจของผู้เรียนเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญของการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ในสังคมปัจจุบัน

2. ผลการวิจัยที่พบว่าความรู้ความเข้าใจของผู้ฟังหลังได้รับฟังพอดแคสต์สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอธิบายได้โดยอาศัย หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับ

ผู้ใหญ่ (Andragogy) ซึ่งเน้นว่าผู้ใหญ่เรียนรู้ได้ดีที่สุดเมื่อเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตจริงสามารถนำไปใช้ได้ทันที และสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของตนเอง (Harry Cloke, 2024)

พอดแคสต์เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชนมีลักษณะสอดคล้องกับข้อสมมติฐานสำคัญของทฤษฎีแอนดราโกจีหลายประการ ประการแรก คือ ความต้องการที่จะรู้เนื่องจากเนื้อหาด้านภาษีเป็นเรื่องที่ประชาชนมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้ฟังจึงเห็นถึงเหตุผลและความจำเป็นของการเรียนรู้ ทำให้เกิดแรงจูงใจในการรับฟังและทำความเข้าใจเนื้อหา (Michael Feder, 2024)

ประการที่สอง คือ การเรียนรู้ที่กำกับตนเอง (Self-directed Learning) พอดแคสต์เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเลือกเวลา สถานที่ และจังหวะในการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าผู้เรียนผู้ใหญ่ต้องการอิสระในการควบคุมกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง (Christopher Pappas, 2025) ลักษณะดังกล่าวช่วยเอื้อต่อการเรียนรู้ตามความพร้อมและบริบทชีวิตของผู้ฟัง

ประการที่สาม คือ การใช้ประสบการณ์เดิมของผู้เรียนเป็นฐานในการเรียนรู้ เนื้อหาด้านภาษี เช่น ความหมายของภาษี ความสำคัญของภาษี และภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นเรื่องที่ผู้ฟังส่วนใหญ่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการเสียภาษี การถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย หรือการยื่นแบบแสดงรายการภาษี การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงช่วยให้ผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับกรอบความรู้เดิม ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น (Michael Feder, 2024)

ประการที่สี่ คือ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาในชีวิตจริง (Problem-centered Learning) เนื้อหาที่คัดเลือกมาใช้ในการพัฒนาพอดแคสต์ เช่น ประเภทของภาษี ภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อม รวมถึงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ล้วนเป็นความรู้ที่ประชาชนสามารถนำไปใช้ในการวางแผนทางการเงิน การปฏิบัติตามกฎหมาย และการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน การจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของโนวล์สที่ระบุว่าผู้ใหญ่เรียนรู้ได้ดีเมื่อการเรียนรู้ช่วยแก้ไขปัญหที่กำลังเผชิญอยู่ (Harry Cloke, 2024)

นอกจากนี้ เนื้อหาด้านภาษีที่นำเสนอในพอดแคสต์มีความสอดคล้องกับแนวคิดและคำอธิบายของหน่วยงานและนักวิชาการด้านภาษี เช่น ความหมายและความสำคัญของภาษี (กรมสรรพากร, ม.ป.ป.) รวมถึงประเภทของภาษีและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (กรมสรรพากร, 2561) ซึ่งช่วยให้เนื้อหาที่มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ฟัง

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาพอดแคสต์ที่ยึดหลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ และเลือกเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตจริงของประชาชน สามารถส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ที่มุ่งเน้นการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในบริบทจริงของชีวิตและสังคม

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ หรือ การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สามารถนำพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ไปเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของหน่วยงาน เพื่อเป็นสื่อเสริมในการให้ความรู้ด้านภาษีแก่ประชาชน เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล

1.2 สามารถนำพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ไปใช้เป็นสื่อประกอบการอบรมภาษีสำหรับประชาชน เพื่อช่วยเสริมความเข้าใจเนื้อหาพื้นฐานก่อนหรือหลังการอบรม และเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรม

1.3 สามารถนำพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ไปใช้เป็นสื่อหลักในการพัฒนาหลักสูตรเรียนรู้ภาษีออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของประชาชนและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงความรู้ด้านภาษีอย่างทั่วถึง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายด้านอายุและอาชีพมากขึ้น เพื่อให้ผลการวิจัยสะท้อนมุมมองและความต้องการของประชาชนได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรใช้รูปแบบการวิจัยแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้เรียนอย่างชัดเจนและเพิ่มความแม่นยำในการประเมินผลการเรียนรู้จากพอดแคสต์

2.3 ควรศึกษาประสิทธิภาพของพอดแคสต์ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ความยาวสั้นและยาว เพื่อเปรียบเทียบผลต่อการเรียนรู้และเลือกใช้รูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของผู้เรียนมากที่สุด

2.4 ควรเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อการเรียนรู้หลายรูปแบบ เช่น วีดิทัศน์และพอดแคสต์ เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านผลการเรียนรู้และเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับผู้เรียนและบริบทการใช้งานมากที่สุด

2.5 ควรทดลองนำพอดแคสต์ไปใช้ในบริบทที่หลากหลาย เช่น สถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐ หรือประชาชนกลุ่มเปราะบาง เพื่อประเมินความเหมาะสมและประสิทธิผลของสื่อในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

ข้อจำกัดของการวิจัย

จากผลวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดซึ่งอาจช่วยให้เป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ หรือการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. การเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ส่งผลให้ผลการวิจัยมีข้อจำกัดในการสรุปอ้างอิงแทนประชากรในวงกว้าง
2. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) จึงมีข้อจำกัดในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลและการวัดพัฒนาการด้านการเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมอย่างชัดเจน
3. กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้จำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ ส่งผลให้ผลการวิจัยอาจไม่ครอบคลุมประชาชนที่ไม่มีโอกาสหรือความพร้อมในการใช้สื่อดิจิทัล

บรรณานุกรม

- AccRevo. (2564, 7 ธันวาคม). ทำความรู้จักกับ "ภาษา" แต่ละประเภท.
<https://www.accrevo.com/articles/item/228>
- Reima Al-Jarf. (2023). Grammar Podcast for ESL College Students in Distance Learning. *British Journal of Teacher Education and Pedagogy*, 2(2), 36-42.
https://www.researchgate.net/publication/371116677_Grammar_Podcast_for_ESL_College_Students_in_Distance_Learning
- Belal Atiyah. (2020). *Webinars vs. Podcasts: Are You Making the Right Choice?*
<http://www.flowapp.com/webinars-vs-podcasts/>
- Awika. (2564, 13 ตุลาคม). คู่มือการทำพอดแคสต์ สำหรับครีเอเตอร์มือใหม่. kooper.
<https://kooper.co/how-to-create-a-podcast>
- Beamly. (2025, January, 5). *Podcast statistics & trends in 2025*.
<https://beamly.com/podcast-statistics/>
- Mun-Young Chung, และ Kim, Hyang-Sook. (2016). College Students' Motivations for Using Podcasts. *Journal of Media Literacy Education*, , 7(2), 13-28.
https://www.researchgate.net/publication/291137053_College_Students'_Motivations_for_Using_Podcasts
- Harry Cloke. (2024, June, 14). *What Is Malcolm Knowles' Adult Learning Theory?*
<https://www.growthengineering.co.uk/adult-learning-theory/>
- Dataxet. (2567, 27 ธันวาคม). พอดคาสต์ไทยโตต่อเนื่อง สะท้อนเทรนด์คอนเทนต์ยุคใหม่.
<https://www.dataxet.co/media-landscape/2025-th/podcast>
- Galen Davis, และ Norman, Marie. (2016, July ,19). *Principles of Multimedia Learning*.
<https://ctl.risepoint.com/principles-of-multimedia-learning/>
- International podcast day. (ม.ป.ป.). *What is a Podcast?* International podcast day.
<https://internationalpodcastday.com/what-is-podcast/>
- Andrew DeBell. (2019, December, 11). *How to Use Mayer's 12 Principles of Multimedia Learning [Examples Included]*. <https://waterbearlearning.com/mayers-principles-multimedia-learning/>
- Dennis. (2025, 11 สิงหาคม). *8 Podcast Formats To Consider For Your Show*.

<https://castos.com/podcast-format/>

Benedicta Ehikhamhen. (2024). Theories Of Communication. *International Journal of Innovative Social Sciences & Humanities Research*, 12(3), 134-155.

<https://www.seahipublications.org/wp-content/uploads/2024/07/IJSSHR-S-17-2024.pdf#:~:text=of%20communication%20refer%20to%20the,and%20its%20relevance%20to%20education>

Michael Feder. (2024, February, 12). *Adult learning theory and the principles of andragogy*. <https://www.phoenix.edu/articles/education/adult-learning-theory-and-the-principles-of-andragogy.html>

Funderstanding. (2024). *The Benefits of Aural Learning*. https://funderstanding-com.translate.google.com/parents/the-benefits-of-aural-learning/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc

Andrea Gorra, และ Finlay, Janet. (2009). Podcasting to support students using a business simulation. *Electronic Journal of e-Learning*, 7(3), 257-264.

<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ872410.pdf>

Anouk den Hamer. (2025). *Podcasts in your education, how to do it*.

<https://www.uu.nl/en/education/educational-development-training/knowledge-dossiers/knowledge-dossier-teaching-in-higher-education/podcasts-in-your-education-how-to-do-it>

Digital Learning Institute. (n.d.). *Mayer's 12 Principles of Multimedia Learning*.

https://www.digitallearninginstitute-com.translate.google.com/blog/mayers-principles-multimedia-learning?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=sge&_x_tr_hist=true

Colin James. (2025, August ,5). *The 4 Types of Communication – Definitions and*

Examples. https://colinjamesmethod-com.translate.google.com/the-4-types-of-communication/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc

Jobsdb. (2568, 28 มีนาคม). *Podcast คืออะไร? สื่อใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนวิธีรับสาร ฟังง่าย ทุกที่ทุกเวลา*. <https://th.jobsdb.com/th/career-advice/article/what-is-podcast>

Nola Jones. (2024). *15 educational podcasts - history, science, language, etc*.

https://www.anyrec.io/th/educational-podcasts/?utm_source=copilot.com

- P. Nicole King. (2021). Sounds of a City: Podcasts and Public Humanities in Baltimore. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 25(1), 137-150. <https://openjournals.libs.uga.edu/jheoe/article/view/2066>
- Nimrod Kramer. (2024, September ,14). *Podcast Sound Design: Essential Elements, Effects & Music*. <https://daily.dev/blog/podcast-sound-design-essential-elements-effects-and-music#:~:text=,guidelines%20and%20stick%20to%20them>
- Serhat Kurt. (2024, November, 13). *Mayer's Principles of Multimedia Learning*. https://educationaltechnology-net.translate.goog/mayers-principles-of-multimedia-learning/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=sge
- b online learning. (2025, October, 9). *Tips for Writing Audio Scripts for eLearning*. <https://bonlinelearning.com/tips-for-writing-audio-scripts/?srsltid=AfmBOoq-3wqlA2XstclqvAxdceEcT0OLr0sLxoGVp5uH7yyzlsu1r3EN#:~:text=,Include%20natural%20pauses%20for%20reflection>
- Social Listening. (2565). เจาะลึกวงการ “พอดแคสต์” เสียงที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนไทย. <https://www.sellzuki.co.th/blogs/detail/344/data-research-podcast>
- Richard E. Mayer. (2019). *12 Principles of Multimedia Learning*. https://www.hartford.edu/faculty-staff/faculty/fcld/_files/12%20Principles%20of%20Multimedia%20Learning.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Richard E. Mayer. (2024). The Past, Present, and Future of the Cognitive Theory of Multimedia Learning. *Educational Psychology Review*, 36(8), 1-25. https://link-springer-com.translate.goog/article/10.1007/s10648-023-09842-1?error=cookies_not_supported&code=d0329b65-f813-4186-8ecf-3db087100909&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc
- Oliver McGarr. (2009). A review of podcasting in higher education: Its influence on the traditional lecture. *Australasian Journal of Educational Technology*, 25(3), 309-321. <https://ajet.org.au/index.php/AJET/article/view/1136>
- Morph. (2565, 5 ตุลาคม). แนะนำแอปพอดแคสต์ ฟังเพลินๆ ได้ทั้งความรู้และความบันเทิง อัปเดต 2022. <https://notebookspec.com/web/670280-podcasts-listening-apps-suggestion>

- กองบรรณาธิการ mybest. (2566). 10 อันดับ แอปอัดเสียง แนะนำ ปี 2023 ใช้งานทั้ง *Android* *iPhone*. <https://th.my-best.com/50268>
- Widian Nicola. (2022). Enhancing Student Social Work Practice Skills and Critical Thinking through Podcast Production. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 33(2), 242-247. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1346052>
- NOWHERENEAR. (2564, 5 มกราคม). Podcast คืออะไร ? ทำไมถึงชื่อว่าพอดแคสต์ ? และทำไมถึงเป็นที่นิยม ? <https://tips.thaiware.com/1467.html>
- Christopher Pappas. (2025, October, 2). *The Adult Learning Theory: Andragogy Of Malcolm Knowles*. หลักการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่
- Bangkok Productions. (2565). รูปแบบด้านการวางแผนและการออกแบบเสียง (*Sound Design & Engineering*). <https://www.bangkokproductions.com/th/post-production-editing/sound-design-engineering/>
- Prosoft. (ม.ป.ป.). ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคืออะไร? <https://www.prosoft.co.th/Article/Detail/108312/ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคืออะไร>
- Rex Provost. (2025, 23 กรกฎาคม). *9 Types of Podcasts: Which Format Is Right for Your Show?* <https://www.backstage.com/magazine/article/types-of-podcasts-advice-79053/>
- Kinana Qaddour. (2017). *The Use of Podcasts to Enhance Narrative Writing Skills*. ENGLISH TEACHING FORUM. https://americanenglish.state.gov/files/ae/resource_files/etf_55_4_28-31_title_the_use_of_podcasts_to_enhance_narrative_writing_skills_.pdf
- Raquel. (2024, November, 26). *4 Types of Communication: To Understand and To be Understood*. <https://www.uniccm.com/blog/4-types-of-communication-to-understand-and-to-be-understood>
- Panyar rk. (2555, 21 มิถุนายน). ทฤษฎีการสื่อสาร. <https://www.gotoknow.org/posts/491949>
- Rafael Malagon Rodriguez. (2025, October, 18). *How podcasting revolutionized education: strategy, benefits and impact*. <https://shorturl.asia/Wb2k7>
- Christian Ruiz. (2564). คุณต้องการแค่มือถือและแอปเหล่านี้สร้างพอดคาสต์บน *Android*. <https://androidayuda.com/th/aplicaciones/listas/apps-grabar-podcast-android/>

Sanook. (2564, 13 กรกฎาคม). ทีม Podcast กับแอปฯ ที่ต้องมีติดเครื่อง.

<https://www.sanook.com/hitech/1536957/>

Station-account. (ม.ป.ป.). ภาษีคืออะไร มีความสำคัญอย่างไรบ้างต่อประเทศ.

<https://www.station-account.com/tax-is/>

Sunnysister. (2563, 12 มิถุนายน). อยากทำ Podcast ต้องมี 9 แอปพลิเคชันช่วยอัดเสียงเหล่านี้
ปังสุดในปี 2020. <https://news.trueid.net/detail/GJvwXAml9DZR>

The Fiveable Content Team. (2025, September). *Digital sound design*.

<https://fiveable.me/key-terms/film-and-media-theory/digital-sound-design>

KMUTNB DIGITAL TELEVISION. (ม.ป.ป.). การผลิตสื่อ.

<http://broadcast.elec.cit.kmutnb.ac.th/kdtv/การผลิตสื่อ/>

Tonkit. (2564, 6 กรกฎาคม). ปี 2021 คนไทยฟัง Podcast สูงเป็นอันดับ 6 ของโลก! .

<https://tonkit360.com/84024>

Bay Atlantic University. (2024, April ,4). *Auditory Learner: Characteristics & Benefits*.

https://bau-edu.translate.goog/blog/auditory-learner/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc

UoPeople. (2024, August ,28). *What is an Auditory Learning Style and How Can it Help*

You? https://www-uopeople-edu.translate.goog/blog/what-is-an-auditory-learning-style-and-how-can-it-help-you/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc

Cliff Weitzman. (2023, May, 4). *What is sound design? Complete guide*.

https://speechify.com/th/blog/what-is-sound-design/?srsltid=AfmBOorENkiqhUc3VX1OczlSMLXEI261znlyPjvB5HOG2OPnXLT_Nlj0

Anne Converse Willkomm. (2018, July, 12). *Five Types of Communication*. https://drexel-edu.translate.goog/graduatecollege/professional-development/blog/2018/July/Five-types-of-communication/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc

https://drexel-edu.translate.goog/graduatecollege/professional-development/blog/2018/July/Five-types-of-communication/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc

Wayan K. Yana. (n.d.). *Multimedia Learning Theory*.

<https://opentext.wsu.edu/theoreticalmodelsforteachingandresearch/chapter/multimedia-learning-theory/>

- Yellowbrick. (2023, August ,30). *Master the Art of Sound Design for a Mesmerizing Audio Experience*. <https://www.yellowbrick.co/blog/entertainment/master-the-art-of-sound-design-for-a-mesmerizing-audio-experience#:~:text=grasp%20the%20fundamental%20concepts,achieve%20the%20desired%20audio%20experience>
- กตัญ มหาชนะวงศ์ สุวรรณแพทย์, และ พิสิทธิ์ สุวรรณแพทย์. (2564). พอดแคสต์ในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 1(3), 38-46.
https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_608571.pdf
- กรมสรรพากร. (2561, กันยายน) *คู่มือภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา*. คู่มือภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.
https://www.rd.go.th/fileadmin/download/insight_pasi/personalincome_61.pdf
- กรมสรรพากร. (2567). *แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา*.
<https://www.rd.go.th/65971.html>
- กรมสรรพากร. (ม.ป.ป.). *ภาษีเรื่องง่าย ๆ ที่รู้ไม่ยาก*.
https://www.rd.go.th/fileadmin/download/insight_pasi/learn.pdf
- ไกรสร แก้วอุดม. (2565, 2 ตุลาคม). *การออกแบบสื่อเสียงเพื่อการศึกษา*.
<https://library.wu.ac.th/km/สื่อเสียงเพื่อการศึกษา/>
- ธนิดา จิตรน้อมรัตน์. (2559). การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องอย่างไร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), 13-27. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUStuthiparithatJournal/article/view/244147>
- ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์. (2563). ภาวะภาษีสำหรับเงินได้ของบุคลากรทางการศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(2), 280-306.
https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/245201
- ชญาณี ฉลาดธัญญกิจ. (2564). การสร้างสรรค์สื่อเสียงเพื่อสร้างความผ่อนคลายเกี่ยวกับทิพย์ เอเอสเอ็มอาร์ ทราเวล พอดแคสต์. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 20(2), 243-255.
<https://share.google/PJtUvU4qVfHj8rb1>
- ธนวรรณ แฉ่งชำโถม. (2557). การวางแผนภาษีเกี่ยวกับรายจ่ายพนักงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านภาษีแก่องค์กรธุรกิจ. *วารสารอริชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 8(16), 131-141.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/56757>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2567, 5 ธันวาคม). *เปิดข้อมูลย้อนหลัง 10 ปี ผลการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT 7%) แนวโน้มโตต่อเนื่อง ล่าสุด ปีงบประมาณ 67 รัวรายได้ทะลุ 9.47 แสนล้านบาท หนึ่งในรายได้*

- หลักรัฐบาล. <https://www.thansettakij.com/business/economy/613754>
- นับทอง ทองใบ. (2562). พอดแคสต์ : สื่อเสียงทางเลือกใหม่. การประชุมวิชาการการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 14, 885 -894.
<https://dspace.spu.ac.th/items/ef9e8508-2542-4ded-96c8-486671d27615>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2567, 30 พฤษภาคม). 2 ปัจจัยทำคนไทยจ่ายภาษีน้อย โครงสร้างมีปัญหา ถึงเวลาปฏิรูป. <https://www.thairath.co.th/scoop/theissue/2789396>
- มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2564). ความสำคัญของภาษี. <https://dltv.ac.th/teachplan/episode/37321>
- วิทย์ บุญ. (2565). พอดแคสต์ สื่อใหม่ที่ดูจะฮิต แต่ผู้ผลิตรายการในไทยส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถ 'สร้างรายได้'. <https://plus.thairath.co.th/topic/politics&society/101541>
- ประพันธ์ศักดิ์ ดวงสุวรรณ, และ นิรุทธ์ วัฒนินาส. (2565). “พอดแคสต์” แหล่งเรียนรู้ด้วยการคลิกนำตนเอง. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 20(2), 90-100.
<https://share.google/7AS9b8r9ZNgRMEpyh>
- อาลี ปรียากกร. (2560). การศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย [ปริญญาานิพนธ์ ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <https://share.google/crPaCktAhtpoLKGtp>
- true ปลุภัญญา. (2567, 20 กันยายน). ผลิตสื่อเสียงสำหรับ Podcast เริ่มต้นอย่างไรให้ได้คุณภาพ. <https://www.truelookpanya.com/knowledge/content/94884-edu->
- วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออก [ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. <https://dspace.spu.ac.th/items/e81757fe-d4ac-412b-92d9-39b7da4b0e7b>
- ดวงพร เพชรคง. (2561, 23 กุมภาพันธ์). ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. <https://prt.parliament.go.th/items/96c230eb-bf01-4d9c-bb0e-77c00daf2eef>
- ชนินทร เพ็ญสุตร. (2561). พอดแคสต์ สื่อทางเลือกใหม่: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสหรัฐอเมริกาและไทย. *NBTC Journal*(2), 271-289.
<https://share.google/H0Da2DIVOSMD1iZtq>
- แพว. (2563, 14 พฤษภาคม). ช่องทางฟังพอดแคสต์ (Podcast) ยอดนิยม. <https://www.admissionpremium.com/content/5560>
- มณฑญา จันท์สมัคร, และ จิรวุฒิ หลอมประโคน. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอ พอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูปของผู้ชม ในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ

- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 43(1), 31-50.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/article/view/257309>
- ปวรรัตน์ ระวัง. (2560). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์ [ปริญญานิพนธ์
 มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula Digital Collections.
<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/1403>
- ลงทุนแมน. (2567, 8 ธันวาคม). อธิบายปัญหา ภาษาไทย แบบเข้าใจง่ายที่สุด.
<https://www.longtunman.com/55685>
- ณัฐรุฑดา วิจิตรจามรี. (2566). ทฤษฎีการสื่อสาร *Communication Theories*
<https://share.google/iLuecHpl5Edx0miPg>
- ยุทธนา ศรีสวัสดิ์. (2563a, 9 พฤษภาคม). ความสำคัญของ ภาษา กับศาสตร์อื่นๆ.
<https://www.itax.in.th/pedia/ความสำคัญของ-ภาษา/>
- ยุทธนา ศรีสวัสดิ์. (2563b, 1 พฤษภาคม). ภาษาคืออะไร.
<https://www.itax.in.th/pedia/%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A9%E0%B8%B5-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>
- สรันโรจน์. (2563, 23 มิถุนายน). ทำความรู้จัก Podcast สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมี
 คุณภาพ. <https://www.thumbsup.in.th/podcast-brand-advertising>
- ธีรวัฒน์ หวังธิตีธีรกุล. (2567, 31 พฤษภาคม). คนไทยมีความรู้เรื่อง “เสียภาษี” อยู่ในระดับต่ำ.
<https://policywatch.thaipbs.or.th/article/government-23>



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ
เป็นแบบสอบถามโดยใช้ Google Form ในการรวบรวมข้อมูล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงกับข้อมูล และในเนื้อหาที่ท่านสนใจ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ฟังหลังรับฟังเนื้อหาพอดแคสต์

การตอบแบบสอบถามนี้ ไม่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถระบุตัวตนของท่านได้ เช่น ชื่อ-นามสกุล อีเมล หรือเบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกใช้เพื่อการวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น และจะเก็บรักษาอย่างปลอดภัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

การเข้าร่วมตอบแบบสอบถามนี้เป็นไปโดยสมัครใจ ท่านสามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ตลอดเวลาโดยไม่ส่งผลกระทบต่อใด ๆ

หากท่านยินยอมเข้าร่วม โปรดคลิก “ยินยอม”

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ยินยอม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 60

ส่วนที่ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาษีที่ต้องการฟังในพอดแคสต์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

วิธีการยื่นแบบภาษีออนไลน์

- กฎหมายเกี่ยวกับภาษี
- วิธีการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
- อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 4 ความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์

1. เสียงของผู้บรรยายในพอดแคสต์

- เสียงผู้ชาย
- เสียงผู้หญิง

2. ระยะเวลาในการฟังพอดแคสต์

- น้อยกว่า 5 นาที
- 5 – 10 นาที
- 10 – 15 นาที
- 15 – 30 นาที
- มากกว่า 30 นาที
- อื่นๆ ระบุ.....

3. รูปแบบพอดแคสต์ที่สนใจ

- มีเสียงอย่างเดียว และมีเอกสารประกอบ
- มีเสียง มีภาพประกอบ ไม่มีเอกสาร
- มีเสียง มีภาพประกอบ และมีเอกสารประกอบ
- มีเสียง และมีภาพเคลื่อนไหวประกอบ ไม่มีเอกสาร
- มีเสียง มีภาพเคลื่อนไหว และมีเอกสารประกอบ

4. สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟัง เช่น ในห้อง หรือ บนรถ

.....

5. ช่องทางในการฟังพอดแคสต์

- Youtube
- Spotify
- อื่นๆ ระบุ.....

แบบประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถาม

ชื่อแบบสอบถาม : แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม : เพื่อประเมินความสนใจและความต้องการของผู้ฟังเกี่ยวกับเนื้อหาภาษีและรูปแบบสื่อพอดแคสต์เพื่อใช้พัฒนาสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

คำชี้แจง: กรุณาประเมิน ความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ดังนี้เกณฑ์ต่อไปนี้

1 = สอดคล้อง

0 = ไม่แน่ใจ

-1 = ไม่สอดคล้อง

รายการข้อคำถาม	วัตถุประสงค์ที่วัด	ความสอดคล้อง (1,0,-1)	ข้อเสนอแนะ
1. คำชี้แจงและยินยอม			
1. ข้อความคำชี้แจง การเข้าร่วมวิจัย	ตรวจสอบความเข้าใจ และการยินยอม		
2. การยืนยัน "ยินยอม"	ตรวจสอบความสมัคร ใจ		
2. ข้อมูลทั่วไป			
3. เพศ	ใช้จำแนกกลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์		
4. อายุ	ใช้จำแนกกลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์		
3. เนื้อหาภาษีที่สนใจ			
5. ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี		
6. วิธีการยื่นแบบ ภาษีออนไลน์	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี		
7. กฎหมายเกี่ยวกับ ภาษี	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี		
8. วิธีการคำนวณ ภาษีเงินได้บุคคล	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี		

รายการข้อความ	วัตถุประสงค์ที่วัด	ความสอดคล้อง (1,0,-1)	ข้อเสนอแนะ
ธรรมดา			
9. อื่น ๆ (ระบุ)	เปิดรับข้อมูลเนื้อหาเพิ่มเติม		
4. ความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์			
10. ความชอบเสียงผู้บรรยาย	สำรวจลักษณะเสียงที่ผู้ฟังต้องการ		
11. ระยะเวลาในการฟัง	สำรวจรูปแบบความยาวเนื้อหาที่เหมาะสม		
12. รูปแบบของพอดแคสต์ (เสียง/ภาพ/เอกสาร)	สำรวจรูปแบบสื่อที่ผู้ฟังต้องการ		
13. สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟัง	ศึกษาพฤติกรรมกรรมการฟังของผู้ใช้		
14. ช่องทางในการฟัง เช่น YouTube, Spotify	สำรวจช่องทางสื่อที่ผู้ฟังนิยม		

ความเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำถามแบบทดสอบ (ถ้ามี):

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
(.....)

สคริปพอดแคสต์

หน้าที่ 1

สวัสดีค่ะทุกคน ขอต้อนรับเข้าสู่พอดแคสต์ เข้าใจภาษีในไม่กี่นาที
รายการที่จะพาทุกคนไปรู้จักกับเรื่องภาษีให้เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก และที่สำคัญคือใช้ได้จริงใน
ชีวิตประจำวันค่ะ

ถ้าคุณเคยรู้สึกว่าภาษีเป็นเรื่องปวดหัว หรือเข้าใจยาก...

วันนี้เราจะมาเปลี่ยนความคิดนั้นไปพร้อมกันนะคะ

หน้าที่ 2

ไม่ว่าคุณจะเป็นมนุษย์เงินเดือน ฟรีแลนซ์ หรือเจ้าของกิจการ
เรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นสิ่งที่เราทุกคนควรรู้ เพราะมันไม่ใช่แค่การจ่ายเงินให้รัฐ
แต่ยังเป็นเรื่องของการวางแผนทางการเงินระยะยาว การออม การลงทุน และการเตรียมตัวเพื่อ
อนาคตค่ะ

ยิ่งรู้เร็ว ยิ่งวางแผนได้ดี ประหยัดภาษีได้อย่างถูกต้องด้วยนะคะ

หน้าที่ 3

เริ่มต้นกันที่คำว่า "รายได้ที่ต้องเสียภาษี"

คำนี้ในภาษาทางการเรียกว่า รายได้พึงประเมิน ค่ะ

รายได้แบบไหนบ้างที่เข้าข่าย?

- เงินเดือนหรือค่าจ้างจากงานประจำ
- รายได้จากฟรีแลนซ์ รับจ้างทั่วไป
- รายได้จากค่าเช่า บ้าน คอนโด
- ดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรจากหุ้น หรือแม้แต่รายได้จากการขายบ้านที่ไม่ได้อยู่เองก็ยัง

เข้าข่าย

ถ้ารวมกันเกินเกณฑ์ที่กำหนด ต้องนำมาคำนวณภาษีให้ถูกต้องค่ะ

หน้าที่ 4

แล้วรายได้ที่ได้รับยกเว้นภาษี มีอะไรบ้าง?

ข่าวดีคือบางรายได้ก็ไม่ต้องเสียภาษีนะคะ เช่น

- ดอกเบี้ยเงินฝากประจำไม่เกิน 20,000 บาทต่อปี
- เงินปันผลจากกองทุนรวมบางประเภท
- รายได้จากมรดก หรือเงินเยียวยาจากรัฐ

ถ้าอยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้แบบนี้ ก็ไม่ต้องนำมาคิดภาษีเลยคะ สบายใจได้

หน้าที่ 5

มาดูอัตราภาษีกันต่อคะ

ประเทศไทยใช้ระบบภาษีก้าวหน้า หมายความว่า ยิ่งเรามีรายได้สุทธิสูง ก็จะได้เสียภาษีในอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งอัตราภาษี

เงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทยมีการปรับเปลี่ยนครั้งล่าสุดเมื่อปี 2560 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปีภาษี 2561

เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน มีทั้งหมด 7 ชั้น ตั้งแต่ 0% ไปจนถึง 35% โดย ต่ำกว่า 150,000 บาท ไม่ต้องเสียภาษี

ส่วนที่เกินไปจะคิดเป็นขั้น ๆ เช่น

- 150,001 - 300,000 บาท เสีย 5%
- 300,001 - 500,000 บาท เสีย 10%
- ไล่ไปจนถึงรายได้เกิน 5 ล้านบาท เสียถึง 35%

ฟังดูเยอะใช่ไหมคะ แต่ไม่ต้องตกใจ เพราะจะคิดเป็นขั้น ไม่ใช่ทั้งก้อนคะ

หน้าที่ 6

ต่อไปคือ สิทธิลดหย่อนภาษี

อันนี้สำคัญมากคะ เพราะช่วยให้เราจ่ายภาษีน้อยลงได้แบบถูกต้อง

เริ่มจากสิทธิพื้นฐานเลย

- ลดหย่อนส่วนตัว: 60,000 บาท
- คู่สมรสที่ไม่มีรายได้: 60,000 บาท
- บิดามารดา: 30,000 บาทต่อคน
- บุตร: 60,000 บาทต่อคน และถ้าเรียนมหาวิทยาลัยก็เพิ่มได้อีก

สิทธิเหล่านี้มีผลต่อการลดรายได้สุทธีก่อนคำนวณภาษีนะคะ

หน้าที่ 7

นอกจากนี้ยังมีสิทธิลดหย่อนจากการ วางแผนการเงิน ด้วย เช่น

- เบี้ยประกันชีวิต สูงสุด 100,000 บาท
- การลงทุนในกองทุน SSF หรือ RMF สูงสุด 200,000 บาท
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สูงสุด 15% ของรายได้ หรือไม่เกิน 500,000 บาท

ถ้าเราวางแผนดี ๆ แบบนี้ ทั้งออมเงิน ทั้งลดหย่อนภาษีได้ในตัวเลยคะ

หน้าที่ 8

แล้วถ้าบริจาคล่ะ? ไรคะ! ก็เอามาลดหย่อนได้เหมือนกัน

ถ้าบริจาคให้มูลนิธิ โรงพยาบาลของรัฐ หรือองค์กรที่ได้รับรองจากสรรพากร

เราสามารถหักลดหย่อนได้สูงสุด 10% ของรายได้สุทธิ

บางกรณีเช่น บริจาคเพื่อการศึกษา หรือโรงพยาบาลรัฐ หักได้ถึง 2 เท่าของยอดจริงเลยคะ

ทั้งได้บุญ ได้ลดภาษี ดึงามมากเลยนะคะ

หน้าที่ 9

ขายบ้าน ขายที่ดิน ก็ต้องเสียภาษีนะคะ

ถ้าขายเพื่อหวังกำไร ไม่ว่าจะบ้าน คอนโด หรือที่ดิน

ต้องยื่นภาษีผ่านแบบ ภ.ง.ด. 90

แบบนี้ใช้กับผู้มีรายได้หลากหลาย ไม่ใช่แค่พนักงานประจำที่ใช้แบบ ภ.ง.ด. 91

อย่าลืมตรวจสอบให้ดี เพราะหลายคนพลาดตรงนี้นักเยอะเลยคะ

หน้าที่ 10

คนขายของออนไลน์ต้องฟังเลยคะ

ตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมา ถ้าคุณมีรายได้จากการขายของออนไลน์

- เกิน 300,000 บาทต่อปี หรือ
- มียอดโอนเข้าเกิน 400 ครั้งต่อปี

ต้องแจ้งรายได้และยื่นภาษีนะคะ

อย่าคิดว่าออนไลน์แล้วหลบได้ เพราะข้อมูลเชื่อมต่อกับธนาคารหมดแล้วคะ

หน้าที่ 11

รายได้จากการลงทุนก็ต้องเสียภาษีเช่นกัน

ไม่ว่าจะขายหุ้น หรือรับเงินปันผล

- บางครั้งจะโดนหักภาษี ณ ที่จ่าย
- แต่อาจยังไม่ครบ ต้องยื่น ภ.ง.ด. 90 เพื่อชำระภาษีส่วนที่เหลือ

ใครมีพอร์ตลงทุน ต้องตรวจสอบให้ดีว่าถูกหักครบหรือยังนะคะ

หน้าที่ 12

แล้วเราจะยื่นภาษีเมื่อไหร่?

- ปกติยื่นได้ตั้งแต่ต้นปีจนถึง 31 มีนาคม
- ถ้ายื่นออนไลน์ที่ www.rd.go.th จะขยายเวลาให้ถึง 8 เมษายน

แนะนำให้ออนไลน์ค่ะ สะดวก รวดเร็ว มีขั้นตอนแนะนำชัดเจน ไม่ต้องต่อคิวที่สรรพากรเลย

หน้าที่ 13

ความแตกต่างของแบบ ภ.ง.ด. 90 และ ภ.ง.ด. 91

- ภ.ง.ด. 91 ใช้สำหรับผู้มีรายได้จาก เงินเดือน/ค่าจ้างเพียงแหล่งเดียว
- ภ.ง.ด. 90 ใช้สำหรับผู้มีรายได้ หลายประเภท เช่น ค่าจ้าง + ฟรีแลนซ์ + ดอกเบี้ย +

ค่าเช่า ฯลฯ

เลือกให้ถูกแบบ เป็นก้าวแรกสำคัญเลยคะ

หน้าที่ 14

เตรียมเอกสารก่อนกรอก

หนังสือรับรองเงินเดือน (แบบ 50 ทวิ)

เอกสารรายได้อื่น ๆ (เช่น ค่าเช่า ดอกเบี้ย ฯลฯ)

เอกสารลดหย่อนภาษี (เช่น ประกันชีวิต RMF SSF ใบบริจาค ฯลฯ)

เลขบัญชีธนาคาร (ถ้าต้องการคืนภาษี)

หน้าที่ 15

เริ่มต้นกรอกแบบ ภ.ง.ด. 91 มีขั้นตอนดังนี้

1. เข้าหน้าเว็บไซต์ www.rd.go.th แล้วเลือก "ยื่นแบบภาษีออนไลน์"
2. เลือกแบบ ภ.ง.ด. 91
3. กรอกข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ-สกุล, เลขบัตรประชาชน, สถานภาพสมรส
4. กรอก เงินเดือน จากแบบ 50 ทวิ
5. ใส่รายการ ลดหย่อนภาษี เช่น ค่าลดหย่อนส่วนตัว คู่สมรส บุตร ประกัน ฯลฯ
6. ระบบจะคำนวณ ภาษีที่ต้องชำระหรือคืนให้
7. ยืนยัน และเลือก "ยื่นแบบ"

หน้าที่ 16

เริ่มต้นกรอกแบบ ภ.ง.ด. 90 มีขั้นตอนดังนี้

ใช้กรณีคุณมีรายได้หลายทาง เช่น ฟรีแลนซ์ ขายของออนไลน์ หรือมีดอกเบีย/ค่าเช่า

1. เลือกแบบ ภ.ง.ด. 90
2. กรอกข้อมูลส่วนตัวเช่นเดิม
3. ระบุแหล่งรายได้ต่าง ๆ:
 - เงินเดือน (ถ้ามี)
 - รายได้จากการรับจ้างทั่วไป
 - รายได้จากค่าเช่า/ดอกเบีย/เงินปันผล
4. หัก ค่าใช้จ่ายตามประเภท หรือเลือกหักแบบเหมา
5. ใส่ ค่าลดหย่อน เช่นเดียวกับ ภ.ง.ด. 91
6. ระบบจะคำนวณภาษีสุทธิให้ พร้อมแจ้งว่าต้องจ่ายเพิ่มหรือได้รับคืน

หน้าที่ 17

ช่องทางการชำระภาษี

หากมีภาษีค้างชำระ สามารถชำระได้ผ่าน:

- Internet Banking
- เคาน์เตอร์ธนาคาร
- ตัดบัญชีอัตโนมัติ
- พร้อมเพย์

หากขอคืนภาษี ให้ใส่เลขบัญชีธนาคารให้ถูกต้อง และติดตามผลการคืนได้ในระบบค่ะ

หน้าที่ 18

ภ.ง.ด. 91: ใช้กรณีรายได้จากเงินเดือน

ภ.ง.ด. 90: ใช้กรณีรายได้หลายทาง

เตรียมเอกสารให้ครบ → กรอกให้ถูกต้อง → ยื่นออนไลน์ง่ายนิดเดียว!

หน้าที่ 19

ก่อนจบตอนนี้ ขอสรุปว่า

การรู้เรื่องภาษี ไม่ใช่แค่เพื่อ “จ่ายให้ถูก”

แต่เพื่อ “วางแผนชีวิตให้มั่นคง”

ลองตรวจสอบสิทธิของตัวเอง และวางแผนตั้งแต่ต้นปี

จะได้ไม่ต้องรีบ หรือจ่ายเกินโดยไม่จำเป็นค่ะ และ

หน้าที่ 20

ขอบคุณที่รับฟังรายการ เข้าใจภาษีใน 15 นาที

หวังจะทำให้เรื่องภาษีดูไม่ไกลตัว และเข้าใจง่ายขึ้นนะคะ

พบกันใหม่ในตอนหน้า

อย่าลืมนะคะว่า

“รู้ภาษีวันนี้ คู่ใจในอนาคต”

สวัสดีค่ะ

ตัวอย่างพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน



**ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
เข้าใจง่ายในไม่กี่นาที**

🎧 พอดแคสต์: เข้าใจภาษีใน 15 นาที

ภาพประกอบ 7 หน้าปกพอดแคสต์

สิทธิลดหย่อนภาษีพื้นฐาน

- 👨👩👧 👨👩👧 👨👩👧 **อุปการะพ่อแม่:**
30,000 บาท/คน
- 💍 **คู่สมรสไม่มีรายได้:**
60,000 บาท
- 👶 **ลูก :** 60,000 บาท/
คน

ภาพประกอบ 8 สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับสิทธิลดหย่อนภาษีพื้นฐาน

อัตราภาษีเงินได้ของไทย

ภาษีก้าวหน้า 7 ชั้น
 ตั้งแต่ 5% - 35%

รายได้สุทธิ $\leq 150,000$ บาท/ปี \rightarrow ไม่เสียภาษี

ภาพประกอบ 9 สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับอัตราภาษีเงินได้ของไทย


รายได้จากการขาย อสังหาริมทรัพย์

- ขายบ้าน ที่ดิน \rightarrow ต้องเสียภาษี
- ยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90



ภาพประกอบ 10 สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์

ตัวอย่างเอกสารประกอบการฟัง
พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน



รายได้ที่ต้องเสียภาษี (รายได้พึงประเมิน)
ประเภทของรายได้ที่ต้องนำมาคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่

- รายได้จากเงินเดือนหรือค่าจ้างประจำ
- รายได้จากการรับจ้างทั่วไป หรือการประกอบอาชีพอิสระ
- รายได้จากการให้เช่าทรัพย์สิน เช่น บ้าน หรือ คอนโดมิเนียม
- ดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรจากการขายทรัพย์สิน (เช่น หุ่น หรืออสังหาริมทรัพย์)

ภาพประกอบ 11 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ
รายได้ที่ต้องเสียภาษี (รายได้พึงประเมิน)

อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (2561 – ปัจจุบัน)
ระบบภาษีของประเทศไทยเป็นระบบภาษีก้าวหน้า โดยมีอัตราภาษี 7 ชั้น ดังนี้:



รายได้สุทธิ (บาทต่อปี)	อัตราภาษี
ไม่เกิน 150,000	0%
150,001 – 300,000	5%
300,001 – 500,000	10%
500,001 – 750,000	15%
750,001 – 1,000,000	20%
1,000,001 – 2,000,000	25%
2,000,001 – 5,000,000	30%
เกิน 5,000,000	35%

หมายเหตุ: การคำนวณจะคิดเป็นขั้น
ไม่ใช่นำทั้งจำนวนไปคำนวณด้วยอัตราเดียว

ภาพประกอบ 12 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ
อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (2561 - ปัจจุบัน)

สิทธิลดหย่อนจากการวางแผนการเงิน

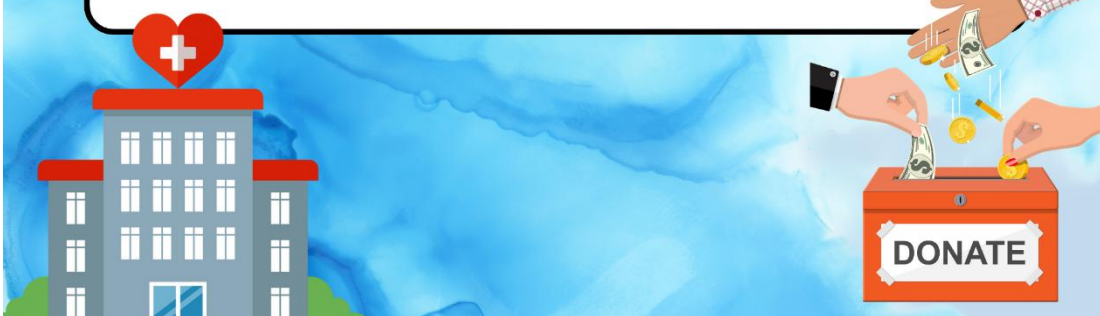
- เบี้ยประกันชีวิต: สูงสุดไม่เกิน 100,000 บาท
- การลงทุนในกองทุน SSF หรือ RMF: รวมกันไม่เกิน 200,000 บาท
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ: ไม่เกิน 15% ของรายได้ หรือ 500,000 บาท แล้วแต่อย่างใดจะต่ำกว่า



ภาพประกอบ 13 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับ
สิทธิลดหย่อนจากการวางแผนการเงิน

การบริจาคเพื่อการกุศล

- หักลดหย่อนได้ไม่เกิน 10% ของรายได้สุทธิ
- หากบริจาคเพื่อการศึกษา หรือโรงพยาบาลของรัฐ อาจหักลดหย่อนได้ 2 เท่าของจำนวนที่บริจาคจริง



ภาพประกอบ 14 เอกสารสื่อประกอบการฟังพอดแคสต์เกี่ยวกับการบริจาคเพื่อการกุศล

แบบประเมินคุณภาพสื่อพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
วัตถุประสงค์ในการประเมิน

1. เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีการศึกษาในการสอน

2. เพื่อนำข้อเสนอแนะมาพัฒนา ปรับปรุงพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชนให้สมบูรณ์

คำชี้แจง โปรดประเมิน และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมรวมทั้งข้อวิจารณ์เกี่ยวกับพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน โดยทำเครื่องหมาย / ลงในช่องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยกำหนดเกณฑ์ตัดสินคุณภาพเป็น 5 ระดับ คือ

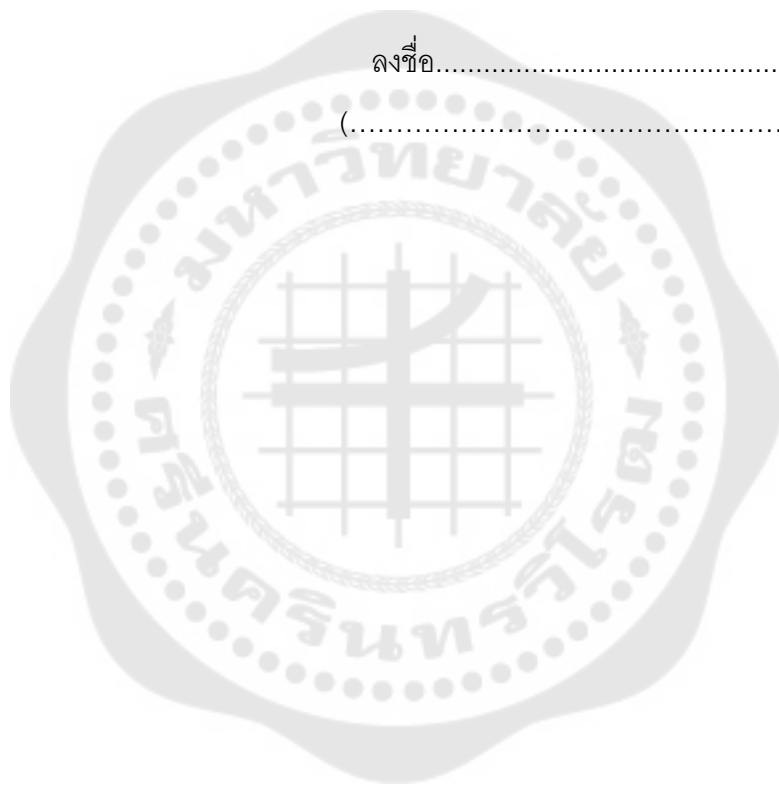
ระดับ	5	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ	4	หมายถึง	ดี
ระดับ	3	หมายถึง	พอใช้
ระดับ	2	หมายถึง	ต้องปรับปรุง
ระดับ	1	หมายถึง	ใช้ไม่ได้

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
ส่วนที่ 1: เนื้อหา (Content)						
1. เนื้อหามีความถูกต้องตามหลักวิชาการ						
2. เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสื่อ						
3. เนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน						
4. การลำดับเนื้อหาที่มีความเป็นระบบเข้าใจง่าย						
5. มีการยกตัวอย่างหรืออธิบายเสริมที่ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น						
ส่วนที่ 2: รูปแบบการนำเสนอ (Presentation)						
6. เสียงพูดชัดเจน น้ำเสียงเหมาะสม						

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
กับเนื้อหา						
7. การใช้ภาษาเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย						
8. การจัดช่วงเวลาในแต่ละตอน เหมาะสม (ไม่ยาวหรือสั้นเกินไป)						
9. มีจังหวะการพูดหรือการเว้นช่วงที่ ทำให้ติดตามง่าย						
10. มีการสรุปเนื้อหาหรือเน้นประเด็น สำคัญอย่างชัดเจน						
ส่วนที่ 3: ความน่าสนใจและการมีส่วนร่วม (Engagement)						
11. พอดแคสต์มีความน่าสนใจ ดึงดูด ให้ติดตาม						
12. มีการกระตุ้นให้ผู้ฟังติดตามหรือมี ปฏิสัมพันธ์ (เช่น คำถามชวนคิด หรือ กิจกรรม)						
13. มีการออกแบบองค์ประกอบ เช่น เพลงประกอบ หรือเสียงเอฟเฟกต์ที่ เหมาะสม						
ส่วนที่ 4: ความเหมาะสมของการนำไปใช้ (Applicability)						
14. สามารถนำพอดแคสต์ไปใช้เป็นสื่อ การเรียนรู้หรือประชาสัมพันธ์ได้จริง						
15. พอดแคสต์เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย (ประชาชนทั่วไป)						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
(.....)



**แบบทดสอบวัดความเข้าใจจากการฟังพอดแคสต์เรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
เป็นแบบทดสอบโดยใช้ Google Form ในการทำแบบทดสอบหลังฟังพอดแคสต์**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงกับข้อมูล และใน
เนื้อหาที่ท่านสนใจ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อพอดแคสต์
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ฟัง
หลังรับฟังเนื้อหาพอดแคสต์

การตอบแบบสอบถามนี้ ไม่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถระบุตัวตนของท่านได้
เช่น ชื่อ-นามสกุล อีเมล หรือเบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกใช้เพื่อการวิเคราะห์ในภาพรวม
เท่านั้น และจะเก็บรักษาอย่างปลอดภัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และกฎหมายคุ้มครอง
ข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

การเข้าร่วมตอบแบบสอบถามนี้เป็นไปโดยสมัครใจ ท่านสามารถยุติการตอบ
แบบสอบถามได้ตลอดเวลาโดยไม่ส่งผลกระทบต่อ

หากท่านยินยอมเข้าร่วม โปรดคลิก “ยินยอม”

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ยินยอม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

ชาย

หญิง

อายุ

20 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 60

ส่วนที่ 3 คำชี้แจง : ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดสำหรับแต่ละข้อ

1. รายได้ประเภทใดที่ถือว่าเป็นรายได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ก. เงินเดือน

- ข. ค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์
ค. ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารที่เกินเงื่อนไขยกเว้น
ง. ถูกทุกข้อ
2. รายได้ประเภทใดได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี
ก. ดอกเบี้ยเงินฝากประจำไม่เกิน 20,000 บาท
ข. เงินปันผลจากกองทุนรวม
ค. รายได้จากการขายสินค้าธรรมดา
ง. โบนัสรายปี
3. อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของไทยมีทั้งหมดกี่ขั้น
ก. 3 ขั้น
ข. 5 ขั้น
ค. 7 ขั้น
ง. 10 ขั้น
4. รายได้สุทธิที่ต่ำกว่าจำนวนใดในปีภาษี 2566 ที่ไม่ต้องเสียภาษี
ก. 120,000 บาท
ข. 150,000 บาท
ค. 200,000 บาท
ง. 300,000 บาท
5. การลดหย่อนภาษีที่เกี่ยวข้องกับการอุปการะบิดามารดา สามารถลดหย่อนได้สูงสุดกี่บาทต่อคน
ก. 15,000 บาท
ข. 30,000 บาท
ค. 50,000 บาท
ง. 60,000 บาท
6. รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยต้องเสียภาษีในกรณีใด
ก. ขายเพื่อแสวงหากำไร
ข. ขายที่ดินเปล่า
ค. ขายบ้านพร้อมที่ดิน
ง. ถูกทุกข้อ

7. การบริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์สามารถนำมาลดหย่อนได้ไม่เกินกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้สุทธิ

- ก. 5%
- ข. 10%
- ค. 15%
- ง. 20%

8. รายได้จากการลงทุนในหุ้นต้องเสียภาษีประเภทใด

- ก. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
- ข. ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย
- ค. ไม่ต้องเสียภาษี
- ง. ภาษีมูลค่าเพิ่ม

9. การลดหย่อนภาษีจากประกันชีวิต สามารถลดหย่อนได้สูงสุดกี่บาทต่อปี

- ก. 50,000 บาท
- ข. 100,000 บาท
- ค. 200,000 บาท
- ง. 300,000 บาท

10. เงินสะสมในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้สูงสุดไม่เกินกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้ต่อปี

- ก. 5%
- ข. 10%
- ค. 15%
- ง. 30%

11. เงินเดือนรายได้ของลูกจ้างที่ได้รับการยกเว้นภาษีคือจำนวนไม่เกินเท่าใดต่อเดือน

- ก. 15,000 บาท
- ข. 20,000 บาท
- ค. 25,000 บาท
- ง. ไม่มีการยกเว้น

12. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต้องยื่นแบบแสดงรายได้ประจำปีภายในเดือนไหน

- ก. มกราคม

- ข. มีนาคม
ค. เมษายน
ง. พฤษภาคม
13. การลดหย่อนภาษีจากการเลี้ยงดูลูก ลดหย่อนได้กี่บาทต่อลูกหนึ่งคน
ก. 15,000 บาท
ข. 30,000 บาท
ค. 50,000 บาท
ง. 60,000 บาท
14. การขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ต้องเสียภาษีในกรณีใด
ก. รายได้รวมไม่เกิน 100,000 บาท
ข. รายได้รวมเกิน 300,000 บาท หรือมียอดโอนเกิน 400 ครั้ง
ค. ทุกกรณี
ง. ไม่ต้องเสียภาษี
15. รายได้ประเภทใดถือว่าเป็น "รายได้พึงประเมิน" ตามประมวลรัษฎากร
ก. รายได้จากงานประจำ
ข. รายได้จากการลงทุน
ค. รายได้จากทรัพย์สิน
ง. ถูกทุกข้อ
16. การลดหย่อนภาษีสำหรับค่าลดหย่อนคู่สมรสลดหย่อนได้เท่าใด
ก. 15,000 บาท
ข. 30,000 บาท
ค. 50,000 บาท
ง. 60,000 บาท
17. การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ลดหย่อนได้สูงสุดไม่เกินเท่าใด
ก. 100,000 บาท
ข. 200,000 บาท
ค. 300,000 บาท
ง. 500,000 บาท
18. หากมีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ในปี 2566 จะต้องยื่นภาษีในรูปแบบฟอร์มใด

ก. ภ.ง.ด. 91

ข. ภ.ง.ด. 90

ค. ภ.ง.ด. 94

ง. ภ.ง.ด. 50

19. ค่าลดหย่อนการเรียนหนังสือของบุตร ลดหย่อนได้กี่บาทต่อคน

ก. 10,000 บาท

ข. 15,000 บาท

ค. 20,000 บาท

ง. ไม่มีค่าลดหย่อน

20. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสามารถยื่นผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ใด?

ก. www.rd.go.th

ข. www.tmbbank.com

ค. www.revenue.com

ง. www.tesaban.or.th



แบบประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างบทพอดแคสต์กับคำถามแบบทดสอบ

ชื่อเรื่องพอดแคสต์: ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เข้าใจง่ายในไม่กี่นาที

วัตถุประสงค์ของแบบประเมิน: เพื่อประเมินความสอดคล้องของคำถามแบบทดสอบกับเนื้อหาในบทพอดแคสต์ โดยใช้ดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพัฒนาแบบทดสอบให้มีความตรงตามเนื้อหา มีคุณภาพ และเหมาะสมกับผู้เรียน

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาแต่ละหัวข้อเนื้อหาในบทพอดแคสต์ และประเมินว่า คำถามแบบทดสอบที่ระบุไว้ มีความสอดคล้องกับเนื้อหานั้นมากน้อยเพียงใด โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

1 = เห็นว่าข้อนี้สอดคล้องกัน

0 = ไม่แน่ใจ

-1 = เห็นว่าข้อนี้ไม่สอดคล้องกัน

หมวดเนื้อหาในบทพอดแคสต์	ตัวอย่างคำถามที่ตรงกับเนื้อหา	ความสอดคล้อง (+1, 0, -1)	ความเห็นเพิ่มเติม
1. ความหมายของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	1. รายได้ประเภทใดที่ถือว่าเป็นรายได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 2. รายได้ประเภทใดได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี 8. รายได้จากการลงทุนในหุ้นต้องเสียภาษีประเภทใด		
2. อัตราภาษี และการคำนวณภาษี	3. อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของไทยมีทั้งหมดกี่ขั้น 4. รายได้สุทธิที่ต่ำกว่าจำนวนใดในปีภาษี 2566 ที่ไม่ต้องเสียภาษี 7. การบริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์สามารถนำมาลดหย่อนได้ไม่เกินกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้สุทธิ 16. การลดหย่อนภาษีสำหรับค่า		

หมวดเนื้อหาในบทพอด แคสต์	ตัวอย่างคำถามที่ตรงกับเนื้อหา	ความสอดคล้อง (+1, 0, -1)	ความเห็น เพิ่มเติม
	ลดหย่อนคู่สมรสลดหย่อนได้เท่าใด		
3. ค่าลดหย่อนพื้นฐานและ เฉพาะ	<p>5. การลดหย่อนภาษีที่เกี่ยวกับการ อุปการะบิดามารดา สามารถ ลดหย่อนได้สูงสุดกี่บาทต่อคน</p> <p>6. รายได้จากการขาย อสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยต้อง เสียภาษีในกรณีใด</p> <p>11. บุคคลที่มีรายได้จากเงินเดือน ตลอดทั้งปี ไม่เกิน 150,000 บาท จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หรือไม่</p> <p>12. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต้องยื่น แบบแสดงรายได้ประจำปีภายใน เดือนไหน</p> <p>13. การลดหย่อนภาษีจากการเลี้ยงดู ลูก ลดหย่อนได้กี่บาทต่อลูกหนึ่งคน</p>		
4. แบบฟอร์มการยื่นภาษี และวิธีเลือกใช้	<p>9. การลดหย่อนภาษีจากประกันชีวิต สามารถลดหย่อนได้สูงสุดกี่บาทต่อปี</p> <p>10. เงินสะสมในกองทุนสำรองเลี้ยง ชีพสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ สูงสุดไม่เกินกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้ ต่อปี</p> <p>14. การขายสินค้าหรือบริการผ่าน ช่องทางออนไลน์ต้องเสียภาษีในกรณี ใด</p> <p>20. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สามารถยื่นผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่</p>		

หมวดเนื้อหาในบทพอด แคสต์	ตัวอย่างคำถามที่ตรงกับเนื้อหา	ความสอดคล้อง (+1, 0, -1)	ความเห็น เพิ่มเติม
	เว็บไซต์ใด		
5. สิทธิและขั้นตอนขอคืน ภาษี	18. หากมีรายได้จากการขาย อสังหาริมทรัพย์ในปี 2566 จะต้องยื่น ภาษีในรูปแบบฟอร์มใด		
6. ช่องทางการชำระภาษี	17. การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการ ออม (SSF) ลดหย่อนได้สูงสุดไม่เกิน เท่าใด		
7. เอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองเงินเดือน (50 ทวี)	15. รายได้ประเภทใดถือว่าเป็น "รายได้พึงประเมิน" ตามประมวล รัษฎากร		
8. รายได้พิเศษ/ออนไลน์/ อสังหาริมทรัพย์	6. รายได้จากการขาย อสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยต้อง เสียภาษีในกรณีใด 13. การลดหย่อนภาษีจากการเลี้ยงดู ลูก ลดหย่อนได้กี่บาทต่อลูกหนึ่งคน 19. การศึกษาของบุตรสามารถนำมา ลดหย่อนภาษีได้เพิ่มเติมจากสิทธิ ลดหย่อนบุตรทั่วไปหรือไม่		

ความเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำถามแบบทดสอบ (ถ้ามี):

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
(.....)

ภาคผนวก ข

- ผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ
- ผลการประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
- การปรับแก้แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ
- ผลการประเมินคุณภาพพอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
- การปรับแก้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
- ผลการประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) เนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ระหว่างพอดแคสต์ กับแบบทดสอบ
- การปรับแก้แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน
- ผลการคำนวณหาค่า t-test ของแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

ผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ
 ตาราง 5 แสดงผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

รายการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1) ชาย	58	46.80
2) หญิง	66	53.20
2. อายุ		
1) 20 - 30	87	70.20
2) 31 - 40	25	20.20
3) 41 - 50	7	5.60
4) 51 - 60	5	4.00
3. เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาษีที่ต้องการฟังในพอดแคสต์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	98	79.00
2) วิธีการยื่นแบบภาษีออนไลน์	67	54.00
3) กฎหมายเกี่ยวกับภาษี	61	49.20
4) วิธีการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	60	48.40
5) อื่นๆ	0	0
4. ความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์		
4.1. เสียงของผู้บรรยายในพอดแคสต์		
1) เสียงผู้ชาย	50	40.30
2) เสียงผู้หญิง	74	59.70
4.2. ระยะเวลาในการฟังพอดแคสต์		
1) น้อยกว่า 5 นาที	9	7.30
2) 5 – 10 นาที	59	47.60
3) 10 – 15 นาที	27	21.80
4) 15 – 30 นาที	20	16.10
5) มากกว่า 30 นาที	9	7.30
6) อื่นๆ	0	0
4.3. รูปแบบพอดแคสต์ที่สนใจ		

1) มีเสียงอย่างเดียว และมีเอกสารประกอบ	13	10.50
2) มีเสียง มีภาพประกอบ ไม่มีเอกสาร	20	16.10
3) มีเสียง มีภาพประกอบ และมีเอกสารประกอบ	55	44.40
4) มีเสียง และมีภาพเคลื่อนไหวประกอบ ไม่มีเอกสาร	10	8.00
5) มีเสียง มีภาพเคลื่อนไหว และมีเอกสารประกอบ	26	21.00
4.4. สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟัง เช่น ในห้อง หรือ บนรถ		
1) ในห้องนอน	66	53.20
2) บนรถ	18	14.50
3) อื่นๆ	40	32.30

จากตาราง 3 ผลการตอบแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 124 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง ร้อยละ 53.20 ช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 70.20 เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาษีที่ต้องการฟังในพอดแคสต์ในเรื่อง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ร้อยละ 79 ในส่วนของความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์ เสียงของผู้บรรยายในพอดแคสต์ที่ต้องการฟังเป็นเสียงของ ผู้หญิง ร้อยละ 59.70 ระยะเวลาในการฟังพอดแคสต์จำนวน 5-10 นาที ร้อยละ 47.60 รูปแบบพอดแคสต์ที่สนใจ เป็นแบบ มีเสียง มีภาพประกอบ และมีเอกสารประกอบ ร้อยละ 44.40 สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟังเป็น ในห้องนอน ร้อยละ 53.20 และ ช่องทางในการฟังพอดแคสต์คือ YouTube ร้อยละ 83.10

ผลการประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจ
ในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
 ตาราง 6 แสดงผลการประเมินคุณภาพ IOC ของแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์
 เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

รายการประเมิน	คะแนนความเคิด เห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ คุณภาพ
	1	2	3			
1. ด้านเนื้อหา						
1.1 ความสอดคล้องของคำถามกับ วัตถุประสงค์การสำรวจ	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
1.2 ความครอบคลุมของหัวข้อภาษี ที่ระบุในแบบสอบถาม	4	5	4	4.67	0.47	มากที่สุด
1.3 ความจำเป็นของแต่ละคำถาม ต่อการวิเคราะห์ผล (ไม่ซ้ำซ้อน)	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
1.4 ความชัดเจนในการกำหนด ตัวเลือก (เช่น ช่องเลือกหลายข้อ/ ตัวเลือกอื่นๆ)	4	5	4	4.33	0.47	มาก
ค่าเฉลี่ย				4.75	0.37	มากที่สุด
2. ด้านการดำเนินเนื้อเรื่องและรูปแบบการนำเสนอ						
2.1 ความเหมาะสมของรูปแบบ คำถามกับช่องทางการเก็บข้อมูล (Google Form)	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 ความชัดเจนของตัวเลือกรูปแบบ การนำเสนอ (เสียง, ภาพ, เอกสาร, วิดีโอ)	5	4	5	4.67	0.47	มากที่สุด
2.3 ความเหมาะสมของช่วงเวลาต่อ หนึ่งตอนที่ให้เลือกในแบบสอบถาม	4	4	5	4.33	0.47	มาก
2.4 ความครอบคลุมของตัวเลือก บริบทการฟัง (สถานที่/กิจกรรมขณะ ฟัง)	4	4	4	4.00	0.00	มาก

รายการประเมิน	คะแนนความเคิด เห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ คุณภาพ
	1	2	3			
2.5 ความชัดเจนในการระบุช่อง ทางการฟัง (เช่น YouTube, Spotify)	4	4	5	4.33	0.47	มาก
2.6 ความเหมาะสมของคำถามเปิด สำหรับเก็บความคิดเห็นเชิงคุณภาพ	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย				4.56	0.37	มากที่สุด
3. ด้านการใช้งานแบบสอบถาม						
3.1 ความกระชับของแบบสอบถาม โดยรวม (ไม่ยาวเกินไป)	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
3.2 ความเป็นกลางของคำถาม (ไม่ ชี้นำผู้ตอบ)	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
3.3 ความเข้าใจง่ายของคำชี้แจงและ วิธีตอบแบบสอบถาม	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
3.4 ความเหมาะสมในการตั้งคำถาม สำคัญเป็นข้อบังคับตอบ	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย				5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม				4.74	0.44	มากที่สุด

การปรับแก้แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

เป็นแบบสอบถามโดยใช้ Google Form ในการรวบรวมข้อมูล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงกับข้อมูล และในเนื้อหาที่ท่านสนใจ

ภาพประกอบ 15 ส่วนหัวแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

ก่อนการแก้ไข

แบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

เป็นแบบสอบถามโดยใช้ Google Form ในการรวบรวมข้อมูล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงกับข้อมูล และในเนื้อหาที่ท่านสนใจ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อพอดแคสต์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ฟังหลังรับฟังเนื้อหาพอดแคสต์ การตอบแบบสอบถามนี้ ไม่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถระบุตัวตนของท่านได้ เช่น ชื่อ-นามสกุล อีเมล หรือเบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกใช้เพื่อการวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น และจะเก็บรักษาอย่างปลอดภัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) การเข้าร่วมตอบแบบสอบถามนี้เป็นไปโดยสมัครใจ ท่านสามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ตลอดเวลาโดยไม่ส่งผลกระทบต่อใด ๆ

หากท่านยินยอมเข้าร่วม โปรดคลิก “ยินยอม”

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ยินยอม

ภาพประกอบ 16 ส่วนหัวแบบสอบถามความสนใจในการฟังพอดแคสต์เรื่องเกี่ยวกับภาษีที่สนใจ

หลังการแก้ไข

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญคือ ให้เพิ่มส่วนยินยอมให้มีความร่วมมือในการวิจัย

ผลการประเมินคุณภาพพอดแคสต์เรื่อง **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน**
 ตาราง 7 แสดงผลการประเมินคุณภาพพอดแคสต์เรื่อง **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน**

รายการประเมิน	วัตถุประสงค์	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1. คำชี้แจงและยินยอม						
1. ข้อความคำชี้แจง การเข้าร่วมวิจัย	ตรวจสอบความ เข้าใจและการ ยินยอม	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2. การยืนยัน "ยินยอม"	ตรวจสอบความ สมัครใจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2. ข้อมูลทั่วไป						
3. เพศ	ใช้จำแนกกลุ่ม ตัวอย่างในการ วิเคราะห์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4. อายุ	ใช้จำแนกกลุ่ม ตัวอย่างในการ วิเคราะห์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3. เนื้อหาภาษีที่สนใจ						
5. ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6. วิธีการยื่นแบบ ภาษีออนไลน์	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7. กฎหมายเกี่ยวกับ ภาษี	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8. วิธีการคำนวณ ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	ศึกษาความต้องการ เนื้อหาภาษี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9. อื่น ๆ (ระบุ)	เปิดรับข้อมูลเนื้อหา เพิ่มเติม	1	0	1	0.67	สอดคล้อง
4. ความสนใจเกี่ยวกับพอดแคสต์						

รายการประเมิน	วัตถุประสงค์	ความเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
10. ความชอบเสียงผู้บรรยาย	สำรวจลักษณะเสียงที่ผู้ฟังต้องการ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11. ระยะเวลาในการฟัง	สำรวจรูปแบบความยาวเนื้อหาที่เหมาะสม	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
12. รูปแบบของพอดแคสต์ (เสียง/ภาพ/เอกสาร)	สำรวจรูปแบบสื่อที่ผู้ฟังต้องการ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
13. สถานที่ที่ชื่นชอบในการฟัง	ศึกษาพฤติกรรมการฟังของผู้ใช้	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
14. ช่องทางในการฟัง เช่น YouTube, Spotify	สำรวจช่องทางสื่อที่ผู้ฟังนิยม	1	0	1	0.67	สอดคล้อง

การปรับแก้พอดแคสต์เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

อัตรากาซีเงินได้บุคคลธรรมดา (2561 - ปัจจุบัน) ระบบภาษีของประเทศไทยเป็นระบบภาษีก้าวหน้า โดยมีอัตรากาซี 7 ชั้น ดังนี้:

รายได้สุทธิ (บาทต่อปี)	อัตรากาซี
ไม่เกิน 150,000	0%
150,001 – 300,000	5%
300,001 – 500,000	10%
500,001 – 750,000	15%
750,001 – 1,000,000	20%
1,000,001 – 2,000,000	25%
2,000,001 – 5,000,000	30%
เกิน 5,000,000	35%

ภาพประกอบ 17 สื่อประกอบพอดแคสต์ก่อนการปรับแก้ 1

อัตรากาซีเงินได้ของไทย

กาซีก้าวหน้า 7 ชั้น
ตั้งแต่ 5% - 35%

รายได้สุทธิ \leq 150,000 บาท/ปี \rightarrow ไม่เสียกาซี



ภาพประกอบ 18 สื่อประกอบพอดแคสต์หลังการปรับแก้ 1

รายได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

- รายได้บางประเภทได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษีตามที่กฎหมายกำหนด เช่น
- ดอกเบี้ยจากเงินฝากประจำไม่เกิน 20,000 บาทต่อปี
- เงินปันผลจากกองทุนรวมบางประเภท
- รายได้จากมรดก หรือเงินช่วยเหลือจากภาครัฐ

ภาพประกอบ 19 สื่อประกอบพอดแคสต์ก่อนการปรับแก้ 2

รายได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

ตัวอย่างรายได้ที่ได้รับยกเว้น

- ✓ ดอกเบี้ยเงินฝากประจำ $\leq 20,000$ บาท/ปี
- ✓ เงินปันผลจากกองทุนบางประเภท



ภาพประกอบ 20 สื่อประกอบพอดแคสต์หลังการปรับแก้ 2

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญคือ ให้ปรับแก้สื่อประกอบการฟังพอดแคสต์ให้ดูมีสีสันสดใส เพื่อดึงดูดความสนใจได้มากขึ้น และดูไม่น่าเบื่อ

ผลการประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) เชิงเนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ระหว่างพอดแคสต์ กับแบบทดสอบ

ตาราง 8 แสดงผลการประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) เชิงเนื้อหาพอดแคสต์ เรื่อง ความรู้
เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน ระหว่างพอดแคสต์ กับแบบทดสอบ

รายการประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
หมวดเนื้อหา	ข้อที่	1	2	3		
1. ความหมาย ของภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา	1. รายได้ประเภทใด ที่ถือว่าเป็นรายได้ที่ ต้องเสียภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา	1	1	1	1	สอดคล้อง
	2. รายได้ประเภทใด ได้รับการยกเว้นไม่ ต้องเสียภาษี	1	1	1	1	สอดคล้อง
	8. รายได้จากการ ลงทุนในหุ้นต้องเสีย ภาษีประเภทใด	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
2. อัตราภาษี และการ คำนวณภาษี	3. อัตราภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาของ ไทยมีทั้งหมดกี่ชั้น	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
	4. รายได้สุทธิที่ต่ำ กว่าจำนวนใดในปี ภาษี 2566 ที่ไม่ต้อง เสียภาษี	1	1	1	1	สอดคล้อง
	7.การบริจาคเงิน เพื่อ สาธารณประโยชน์ สามารถนำมา ลดหย่อนได้ไม่เกินกี่ เปอร์เซ็นต์ของ	1	1	1	1	สอดคล้อง

รายการประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
หมวดเนื้อหา	ข้อที่	1	2	3		
	รายได้สุทธิ					
	16. การลดหย่อนภาษีสำหรับค่าลดหย่อนคู่สมรสลดหย่อนได้เท่าใด	1	1	-1	0.50	สอดคล้อง
3. ค่าลดหย่อนพื้นฐานและเฉพาะ	5. การลดหย่อนภาษีที่เกี่ยวกับการอุปการะบิดามารดาสามารถลดหย่อนได้สูงสุดกี่บาทต่อคน	1	1	1	1	สอดคล้อง
	6. รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยต้องเสียภาษีในกรณีใด	1	1	1	1	สอดคล้อง
	11. บุคคลที่มีรายได้จากเงินเดือนตลอดทั้งปี ไม่เกิน 150,000 บาท จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง
	12. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต้องยื่นแบบแสดงรายได้ประจำปีภายใน	1	1	0	0.67	สอดคล้อง

รายการประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
หมวดเนื้อหา	ข้อที่	1	2	3		
	เดือนไหน					
	13. การลดหย่อนภาษีจากการเลี้ยงดูลูก ลดหย่อนได้ก็บาทต่อลูกหนึ่งคน	1	1	1	1	สอดคล้อง
4. แบบฟอร์มการยื่นภาษี และวิธีเลือกใช้	9. การลดหย่อนภาษีจากประกันชีวิต สามารถลดหย่อนได้สูงสุดก็บาทต่อปี	1	1	1	1	สอดคล้อง
	10. เงินสะสมในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้สูงสุดไม่เกินก็เปอร์เซ็นต์ของรายได้ต่อปี	1	1	1	1	สอดคล้อง
	14. การขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ต้องเสียภาษีในกรณีใด	1	1	1	1	สอดคล้อง
	20. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สามารถยื่นผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ใด	1	1	1	1	สอดคล้อง

รายการประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
หมวดเนื้อหา	ข้อที่	1	2	3		
5. สิทธิ และ ขั้นตอนขอคืนภาษี	18. หากมีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ในปี 2566 จะต้องยื่นภาษีในรูปแบบฟอร์มใด	1	1	1	1	สอดคล้อง
6. ช่องทางการชำระภาษี	17. การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ลดหย่อนได้สูงสุดไม่เกินเท่าใด	1	1	1	1	สอดคล้อง
7. เอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองเงินเดือน (50 ทวิ)	15. รายได้ประเภทใดถือว่าเป็น "รายได้พึงประเมิน" ตามประมวลรัษฎากร	1	1	1	1	สอดคล้อง
8. รายได้พิเศษ/ออนไลน์ / อสังหาริมทรัพย์	6. รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยต้องเสียภาษีในกรณีใด	1	1	1	1	สอดคล้อง
	13. การลดหย่อนภาษีจากการเลี้ยงดูลูก ลดหย่อนได้กี่บาทต่อลูกหนึ่งคน	1	1	1	1	สอดคล้อง
	19. การศึกษาของบุตรสามารถนำมา	1	1	1	1	สอดคล้อง

รายการประเมิน		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
หมวดเนื้อหา	ข้อที่	1	2	3		
	ลดหย่อนภาษีได้					
	เพิ่มเติมจากสิทธิ					
	ลดหย่อนบุตรทั่วไป					
	หรือไม่					



การปรับแก้แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

แบบทดสอบวัดความเข้าใจจากการฟังพอดแคสต์เรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
เป็นแบบทดสอบโดยใช้ Google Form ในการทำแบบทดสอบหลังฟังพอดแคสต์ พร้อมเฉลยหลังทำแบบทดสอบ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง

ภาพประกอบ 21 ส่วนหัวและส่วนที่ 1 ของแบบทดสอบก่อนการปรับแก้

แบบทดสอบวัดความเข้าใจจากการฟังพอดแคสต์เรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (เฉลย)

เป็นแบบทดสอบโดยใช้ Google Form ในการทำแบบทดสอบหลังฟังพอดแคสต์ พร้อมเฉลยหลังทำแบบทดสอบ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงกับข้อมูล และในเนื้อหาที่ท่านสนใจ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อพอดแคสต์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ฟังหลังรับฟังเนื้อหาพอดแคสต์ การตอบแบบสอบถามนี้ ไม่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถระบุตัวตนของท่านได้ เช่น ชื่อ-นามสกุล อีเมล หรือเบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกใช้เพื่อการวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น และจะเก็บรักษาอย่างปลอดภัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

การเข้าร่วมตอบแบบสอบถามนี้เป็นไปโดยสมัครใจ ท่านสามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ตลอดเวลาโดยไม่ส่งผลกระทบต่อใด ๆ

หากท่านยินยอมเข้าร่วม โปรดคลิก “ยินยอม”

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ยินยอม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 60

ภาพประกอบ 22 ส่วนหัวและส่วนที่ 1 ขอบแบบทดสอบหลังการแก้ไข

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญคือ ให้เพิ่มส่วนยินยอมให้ข้อมูลในการวิจัย และช่วงอายุของ

ผู้ทำแบบทดสอบ

ผลการคำนวณหาค่า t-test ของ
แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน

One-Sample Statistics

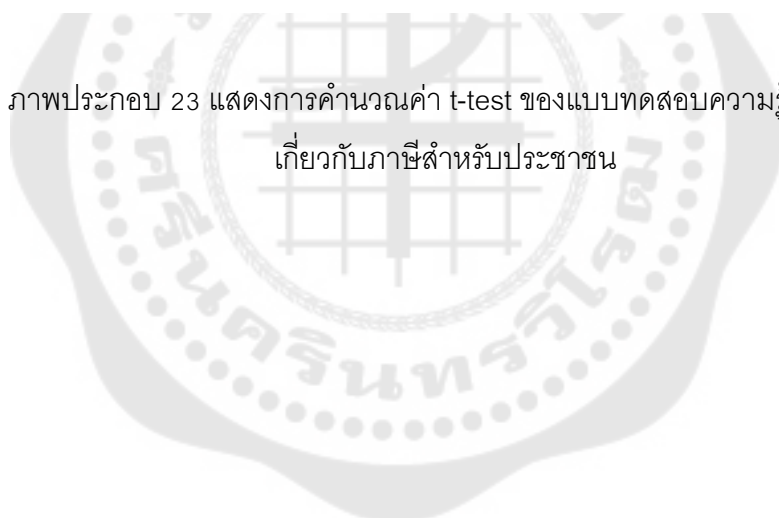
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
post	132	17.45	1.863	.162

One-Sample Test

Test Value = 14

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
post	21.303	131	.000	3.455	3.13	3.78

ภาพประกอบ 23 แสดงการคำนวณค่า t-test ของแบบทดสอบความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับภาษีสำหรับประชาชน





ภาคผนวก ค

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. นางกมลรัศมี พิสุทธิธนบวร
นักวิชาการสรรพากรชำนาญการ
กรมสรรพากร
2. นางอรุณรัตน์ ตั้งเต็มทรัพย์
นักวิชาการภาษีคอมพิวเตอร์ชำนาญการ
กรมสรรพากร
3. นายยุทธพงษ์ นามโยธา
เจ้าพนักงานภาษีสรรพากร
กรมสรรพากร
4. นางสาวณภัทรภรณ์ กมล รุ่งสว่าง
ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
โรงเรียนวิสุทธิกษัตริ์
5. นางสาวหนึ่งฤทัย อินทะชัย
ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
โรงเรียนวิสุทธิกษัตริ์
6. นางสาวจารุกัญญา ยศบุญเรือง
ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
โรงเรียนวิสุทธิกษัตริ์

ประวัติผู้เขียน

